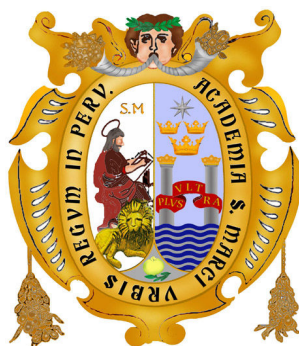


**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**  
(UNIVERSIDAD DEL PERU, DECANA DE AMERICA)

**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**



**DESARROLLO DE LAS PYMES EN EL MERCADO  
EXPORTADOR SECTOR CONFECCIONES**

**TESIS**  
**PARA OPTAR EL TITULO DE: INGENIERO INDUSTRIAL**

**AUTORA**  
**TERESA JUANA MIRANDA HERRERA**

**ASESOR:**  
**ROBERTO ISMAEL VIZARRETA CHIA**

**LIMA – PERÚ**

**2007**

## **DEDICATORIA**

PARA MI HIJA ÁGATHA

GRACIAS MI PEQUEÑA POR COMPRENDER MIS AUSENCIAS PRODUCTO DEL TRABAJO Y DEL ESTUDIO HOY LLEGO DE TU MANO A CUMPLIR ESTE HERMOSO SUEÑO.

**COMO UN EJEMPLO EN EL CUMPLIMIENTO DE TUS METAS.**

**PARA SOCORRO COLLADO DE SANTIBÁÑEZ +:**

GRACIAS POR TODO LO QUE NOS BRINDASTE ESTE TRABAJO ES UN REGALO PARA TI, POR ESA FORTALEZA DE CORAZON QUE SIEMPRE NOS DISTE CON EL EJEMPLO, AUNQUE HOY NO ESTES PRESENTE, DESDE DONDE ESTAS SE QUE ESBOZARAS UNA SONRISA DE ALEGRIA – GRACIAS SOCORRO.

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A DIOS**

POR TODO LO QUE ME HA DADO CON MUCHA GENEROSIDAD.

### **A MIS PADRES**

POR SU AMOR Y SU COMPRENSIÓN.

### **A MI HERMANA NANCY**

UN ESPECIAL AGRADECIMIENTO POR SU APOYO INCONDICIONAL EN LA CULMINACION DE MI CARRERA

### **A ING FRANCISCO NUGENT**

EMPRESARIO EXITOSO Y RECONOCIDO EN EL PAIS ,QUE EN TODO EL CAMINO DE SU VIDA SIEMPRE FORMO INGENIEROS ,GRACIAS POR TODAS LAS OPORTUNIDADES QUE ME BRINDO EN MI FORMACIÓN COMO SER HUMANO Y HACIA LA INGENIERIA INDUSTRIAL.

### **A MI ASESOR**

POR TODO SU APOYO EN LA CULMINACIÓN DE ESTA TESIS.

**A MIS PROFESORES** DEL SERVICIO NACIONAL DE TRABAJO INDUSTRIAL – (**SENATI**) QUIENES ME FORMARON EN MI VISION EMPRESARIAL Y EN EL CUMPLIMIENTO DE LA TAREA EMPRENDIDA.

## INDICE

RESUMEN

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

**CAPITULO I ..-INTRODUCCIÓN** 1

1.1.-ANTECEDENTES 3

1.2.-INSTRUMENTOS LEGALES 4

1.2.1. DETALLES DE LA LEY 28015

**CAPITULOII.-PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA** 5

2.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

**2.2.- FORMULACION DEL PROBLEMA** 6

2.3 JUSTIFICACIÓN

2.4. LIMITACIONES

2.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 9

2.5.1 OBJETIVO GENERAL

2.5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

**CAPITULOIII.-MARCO TEORICO** 11

3.1-ANALISIS DE LA DEMANDA INTERNA DEL  
SECTOR CONFECCIONES 13

3.2CONGLOMERADO GAMARRA 16

3.3.-CAPACIDAD INSTALADA 21

3.4 INVERSION EN MAQUINARIA Y EQUIPO 23

3.5. EL EMPLEO EN EL SECTOR CONFECCIONES –  
ROL CARACTERISTICAS DE LAS MYPES Y PYMES 25

3.6.-. IDENTIFICACION DE LAS VARIABLES 28

3.7.-.- FUNDAMENTOS BASES TEORICA 30

3.8.-DEFINICION DE TERMINOS 31

3.9.-HIPOTESIS 31

3.10. DESARROLLO DEL DIAMANTE DE COMPETITIVIDAD  
DE PORTER. 32

3.11- ANÁLISIS FODA DEL SECTOR TEXTIL	
CONFECCIONES - PORTER	33
3.12..-SITUACIÓN DE LA CADENADE ALGODÓN	39
3.13.--ESTUDIO DEL MERCADO EXTERNO DE	
CONFECCIONES AMERICA LATINA.	41
3.1.3.1.-PERU	42
3.13.2.-APEC	44
3.13.3.-ATPDEA	44
3.13.3.1.PRODUCTOS EXCLUIDOS DEL ATPDEA	48
3.14.-LA PYME EN LA INDUSTRIA AMERICA LATINA –PARTICIPACION	50
<b>3.15. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE EXPORTACIONES TEXTILES</b>	
<b>    CONFECCIONES -DINAMICA EXPORTADORA</b>	
<b>    MUNDIAL MANUFACTURERA</b>	<b>53</b>
<b>3.16.-PATRONES Y TENDENCIAS DEL CONSUMO</b>	<b>55</b>
3.16.1. MERCADOS POTENCIALES :	64
3.16.2.EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO	65
3.1.6.3 UNION EUROPEA	68
3.1.4 CHINA	71
 <b>CAPITULOIV.-DISEÑO METODOLOGICO</b>	 <b>74</b>
<b>    PROCESO METODOLOGICO DEL PLAN DE COMPETITIVIDAD</b>	
<b>    DE LAS PYMES DE CONFECCIONES</b>	
4.1. METODLOGIA DE LA INVESTIGACION	75
4.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	76
4.3 PROCEDIMIENTO DE CAMPO	76

<b>CAPITULO V.-MODELO PROPUESTO DE COMPETITIVIDAD</b>	<b>80</b>
5.1- METODOLOGIA DEL PLAN DE COMPETITIVIDAD	
5.2. POLITICA MACRO	85
5.3.- COOPERACION, POLÍTICAS TECNOLÓGICAS Y DESARROLLO PRODUCTIVO PYME.	89
5.4-LA SUBCONTRATACION Y LOS CONSORCIOS EMPRESARIALES	94
5.4. PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD PYMES DEL SECTOR	97
 <b>CAPITULO VI- ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</b>	 <b>103</b>
6.1-PROBLEMAS DEL EMPRESARIADO RELACIONADOS A LA CALIDAD DEL PRODUCTO.	108
6.2. COSTOS DE INTEGRACION DE REDES	118
 <b>CONCLUSIONES</b>	 121
<b>RECOMENDACIONES</b>	123
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	126
 <b>ANEXOS</b>	 127
1.-MODELO DE ENCUESTA DE DESARROLLO EMPRESARIAL PARA PEQUEÑAS EMPRESAS.	

<b>CUADROS</b>	<b>PAG</b>
<b>CUADRO 1 COMPOSICION Y CONCENTRACION DE EMPRESAS SEGÚN UBICACIÓN GEOGRAFICA</b>	<b>14</b>
<b>CUADRO 2 COMPOSICION DEL SUB SECTOR TEXTIL –CONFECCIONES.</b>	<b>20</b>
<b>CUADRO 3 CAPACIDAD INSTALADA EN EL SECTOR TEXTIL CONFECCIONES</b>	<b>23</b>
<b>CUADRO 4 STOCK DE INVERSION EXTRANJERA DIRECTA EN LOS SECTORES DE TEXTIL CONFECCIONES</b>	<b>24</b>
<b>CUADRO 5 CARACTERISTICAS ENTRE EL ALGODON NORTEAMERICANO Y EL ALGODÓN TANGUIS</b>	<b>39</b>
<b>CUADRO 6 PYME AMERICA LATINA</b>	<b>50</b>
<b>CUADRO 7 DINAMICA DE LA PRODUCCION DE LA PYME</b>	<b>51</b>
<b>CUADRO 8 EXPORTACIONES DEL SECTOR TETIL CONFECCIONES 2004-2005</b>	<b>58</b>
<b>CUADRO 9 EXPORTACIONES DEL SECTOR TEXTIL CONFECCIONES SEPTIEMBRE 2006</b>	<b>58</b>
<b>CUADRO 10 EXPORTACIONES POR VALOR AGREGADO</b>	<b>59</b>
<b>CUADRO 11 EXPORTACIONES TRADICIONALES</b>	<b>60</b>

<b>CUADRO 12</b>	<b>EXPORTACIONES NO TRADICIONALES</b>	
	<b>POR SECTORES -2005</b>	<b>60</b>
<b>CUADRO 13</b>	<b>TEXTIL EXPORTACIONES 2005 POR PRODUCTOS</b>	<b>60</b>
<b>CUADRO 14</b>	<b>EXPORTACIONES MERCADOS</b>	<b>61</b>
<b>CUADRO 15</b>	<b>EXPORTACIONES TOTALES POR BLOQUE ECONOMICO</b>	<b>63</b>
<b>CUADRO 16</b>	<b>PRINCIPALES EXPORTADORES DE POLOS DE ALGODÓN</b>	
	<b>A LA UNION EUROPEA AÑO 2002</b>	<b>70</b>
<b>CUADRO 17</b>	<b>BALANCE DEL COMERCIO ENTRE</b>	
	<b>CHINA – PERU 1990-2001</b>	<b>73</b>
<b>CUADRO 18</b>	<b>PROCESO METODOLOGICO DEL PLAN DE</b>	
	<b>COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DE CONFECCIONES</b>	<b>74</b>
<b>CUADRO 19</b>	<b>REPRESENTANTES PYMES</b>	<b>76</b>



## **GRAFICOS**

GRAFICO 1	EMPRESAS POR TAMAÑO	8
GRAFICO 2	CONPOSICION DE EMPRESAS SEGÚN UBICACIÓN GEOGRAFICA SUBSECTOR TEXTIL CONFECCIONES	15
GRAFICO 3	CONCENTRACION GEOGRAFICA	19
GRAFICO 4	UTILIZACION CAPACIDAD INSTALADA TEXTIL	22
GRAFICO 5	INVERSION EN MAQUINARIA Y EQUIPO TEXTIL	24
GRAFICO 6	PYMES PARTICIPACION EN LA ECONOMIA	26
GRAFICO 7	GENERACION DE EMPLEO EN LA CADENA PRODCUTIVA	28
GRAFICO 8	EL SISTEMA DE COMPETITIVIDAD	35
GRAFICO 9	DIAMANTE DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TEXTIL CONFECCIONES –PORTER	36
GRAFICO 10	CADENA PRODUCTIVA DEL ALGODÓN TEXTIL CONFECCIONES	40
GRAFICO 11	COMPORTAMIENTO DEL ATPDA	49
GRAFICO 12	LA PYME EN AMERICA LATINA	51
GRAFICO 13	LA PRODUCCION EN AMERICA LATINA	52
GRAFICO 14	PRODUCTIVIDAD	52
GRAFICO 15	PERU: EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES	53
GRAFICO 16	PRODUCCION MANUFACTURERA	54
GRAFICO 17	TENDENCIAS DE MERCADO	57
GRAFICO 18	EXPORTACIONES POR VALOR AGREGADO	59
GRAFICO 19	EXPORTACIONES POR PRODUCTOS	61
GRAFICO 20	EXPORTACIONES 2005 POR MERCADO	62
GRAFICO 21	EXPORTACIONES TOTALES POR BLOQUE ECONOMICO	63
GRAFICO 22	TRATADO DE LIBRE COMERCIO PARTICIPACION DEL PERU	67

GRAFICO 23	PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES A LA UNION EUROPEA 2003	71
GRAFICO 24	PRINCIPALES PRODUCTOS INPORTADORES DE UNION EUROPEA	71
GRAFICO 25	REPRESENTANTES PYMES Y MYPES	78
GRAFICO 26	MUESTRA LOCALIZADA ENPRESAS SUBCONTRATADAS	79
GRAFICO 27	FACTORES DETERMINANTES DE COMPETITIVIDAD SISTEMICA	81
GRAFICO 28	PYME COMPETITIVA	83
GRAFICO 29	CADENA DE VALOR –REDES	84
GRAFICO 30	CONSTRUCCION DEL CAPITAL SISTEMICO SECTORIAL	87
GRAFICO 31	INDICADORES DEL PLAND E COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DEL SECTOR TEXTIL –CONFEC.	92
GRAFICO 32	PARADIGMA DOMINANTE Y SUS RETOS HACIA LA COMPETITIVIDAD	93
GRAFICO 33	VISION ESTARTEGICA DEL DESARROLLO	100
GRAFICO 34	CADENA TEXTIL –CONFECIONES	101
GRAFICO 35	CADENA DE COMERCIALIZACION EXTERNA	102
GRAFICO 36	MUESTRA DEL EMPRESARIO ENTREVISTADO	103
GRAFICO 37	EDAD DE LOS PARTICIPANTES DE LA INVESTIGACION	104
GARFICO 38	EXPERIENCIA EN EL SECTOR CONFECIONES	105
GRAFICO 39	JORNADA DE TRABAJO	106

GRAFICO 40	ZONIFICACION DE EMPRESAS EXPORTADORAS	
	SUBCONTRATADAS	108
GRAFICO 41	TIPO DE ASIGNACION ECONOMICA	109
GRAFICO 42	TIEMPO DE PARTICIPACION DE SUBCONTRATACION	112
GRAFICO 43	CALIDAD DEL PROCESO DE SUBCONTRATACION	113
GRAFICO 44	ACTIVIDADES DE PRODUCCION	
	QUE SUBCONTRATAN	113
GRAFICO 45	TIPO DE PRENDAS QUE PRODUCE LA PYME	114
GRAFICO 46	TIPOS DE CONTROL DE PROCESOS	115
GRAFICO 47	CONOCIMIENTOS BENEFICIOS ERGONOMICOS	116
GRAFICO 48	PROGRAMAS DE CAPACITACION ISO	117
GRAFICO 49	COMERCIO EXTERIOR EMPRESA	
	SUBCONTRATADAS	117

## **RESUMEN**

En el momento actual la industria está pasando por una situación muy difícil, una visión de largo plazo nos ayudaría a comprender mejor la coyuntura presente y diseñar medidas que hoy se deberán adoptar. La presente investigación denominada **DESARROLLO DE LAS PYMES EN EL MERCADO EXPORTADOR SECTOR CONFECCIONES**; se orienta a analizar el caso del desempeño de la pequeña y mediana empresa textil y confecciones exportadora, así como su importancia en el sector industrial ; su nivel de producción ; su alta absorción de mano de obra , de su fuerte articulación con otros sectores de la economía y porque constituye para el Perú uno de los sectores de los principales productos no tradicionales de exportación ; debido al crecimiento de las exportaciones .

El presente estudio ha analizado un conjunto de pequeñas y medianas empresa (125 ) de las cuales 72 de ellas se encuentran insertadas al mercado de la exportación mediante diversas modalidades de intervención empresarial.;

Es importante reconocer que la calidad de bienes y servicios de las empresas peruanas en un proceso de insertarse al mundo globalizado ha tenido que ingresar a un proceso de capacitación continua para competir con los mercados internos y externos, con menos avances tecnológicos e incertidumbres financieras.

La crítica situación del sector empresarial se debe no solo a causas externas (de los precios internacionales y flujos de capital) o a causas internas rígida carga fiscal y dificultades crediticias que acentúan la recesión, afectando al sub-sector no primario de la Industria. Se requiere de una política de desarrollo industrial que permita la reestructuración patrimonial y promueva la competitividad de nuestras empresas. La clave del desarrollo del país requiere de dos elementos fundamentales.

- La conversión de la Economía en una economía exportadora de agroindustria y manufacturas.
- La incorporación de empleo productivo en las diversas regiones del país fortalecemos el agro y el sector de la exportación. proyectos desde las regiones

Para Michael Porter la competitividad es la capacidad de poder abastecer de bienes y servicios que resulten mejores y/o más baratos que los de la competencia internacional, lo cual debe verse reflejado en una mejora de nivel de vida de la población de la región, Esta se consigue solo mediante la innovación y la mejora permanente, al incorporar en las empresas nuevas tecnologías y nuevas formas de emprender negocios; como es el caso de la presente investigación , donde la muestra seleccionada tiene como fortaleza su participación en los mercados de exportación. Es recomendable la formación de entes de competitividad que promuevan el desarrollo de esta acorde con los cambios tecnológicos y con las tendencias del comercio mundial. Con el nuevo enfoque de la competitividad se tiene que analizar cada región en función de su potencial futuro de manera planificada.

Cada Región cuenta con fortalezas que generarán un exitoso programa de Competitividad regional, (**COMPETITIVIDAD SISTEMICA**) el cual debe hacerse realidad con una adecuada estrategia con objetivos de corto a largo plazo totalmente definidos. El importante papel que le toca al Estado (**POLITICA MACRO**) es dar reglas de juego y proveer de la infraestructura de servicios que permita la competitividad, así como unas adecuadas reglas jurídicas. El cambio de actitud empresarial solo será posible cuando haya un cambio en los paradigmas; en la nueva economía del conocimiento. Fundamentalmente hoy se hace hincapié en la tecnología del conocimiento y los Sistemas de Información adecuados ya no se habla de “manufactura” sino de “menté factura” para poner de manifiesto la gran importancia del denominado capital humano. Y las articulaciones empresariales hacen posible un tejido en el sector que permite el desarrollo de experiencias de empresarios peruanos exitosos en el sector textil y confecciones, así como la cadena de eslabonamientos que este mercado Interno y Externo genera en la participación de la generación de divisas del País. Peter Druker señala que: las actividades claves de creación de riqueza o de valor están basados en la productividad y la innovación, ambos son resultados de la aplicación del conocimiento al trabajo. La presente investigación descriptiva y exploratoria de casos de pequeños empresarios, articulados en el sector textil confecciones en un bagaje de oferta privada de servicios empresariales mediante la subcontratación o la participación de Talleres externos de las empresas exportadoras hacia el mercado Internacional, considerada un ejemplo de **CLUSTER PRODUCTIVO**, debido a la concentración de las PYMES subcontratadas.

## **CAPITULO I ...INTRODUCCIÓN**

Uno de los grandes retos que enfrenta el sector de Confecciones y Textiles es aprovechar su capacidad de generación de empleo, actualmente un pequeño número de empresas concentran las exportaciones con un efecto significativo; pero limitado sobre el nivel de generación de empleo. Para tener un impacto real en el ámbito nacional, sería necesario que el sector constituya una red nacional de empresas exportadoras. En América Latina más del 80 % de los negocios son pequeños, existen más de 50 millones de estas unidades económicas que generan alrededor de 120 millones de puestos de trabajo, aproximadamente el 45 % de estas son operadas por mujeres lo que significa la vital importancia social que tiene (fuente OIT-DESARROLLO DE GENERO-JUNIO 2000)

En el Perú, la MYPE representa el 98% del total de las empresas, las mismas que se calculan en más de tres millones, de allí su trascendencia económica que se refleja con un aporte a la producción equivalente al 40% del PBI y al Ingreso Nacional, esto a través de actividades agrarias, industriales, artesanales comerciales o de servicios. La MYPE presenta como factores los bajos niveles de productividad y a la gran informalidad existente en este estrato empresarial.

Sin embargo su mayor fortaleza radica en su alta contribución con el empleo estimada en 75 % de la PEA, así como a su capacidad de generar empleo barato tal es así que según los estudios realizados por SNI, señalan a la gran empresa que necesita de una inversión de 25,000 dólares para generar un puesto de trabajo, la mediana lo hace con 8,000 dólares y la pequeña empresa con 3,000 dólares.

Mientras que el micro Empresario, con un monto menor de 1,000 dólares que es en realidad el activo fijo (maquina de coser, herramientas) etc.

El Sector Confecciones Peruano se encuentra sometido a intensa presión, la industria del algodón sin procesar tiene una mala posición de costo relativo en un mercado mundial cada vez más competitivo, por lo que a pesar de su reconocida calidad, los precios de los algodones peruanos se venden a precios menores que los algodones egipcios. Por otra parte los fabricantes de prendas de algodón tienen costos cada vez más altos, a la de otros países productores de América Latina.

Los productores deberán tratar de crear demanda mediante estrategias de diferenciación, concentrarse en aspectos de moda. Aunque el desempeño sectorial sigue siendo positivo, todavía subsisten varios problemas estructurales, que afectan a la industria peruana, tales como la sobre valuación de la tasa de cambio (atraso cambiario) elevadas tasas impositivas (impuestos antitecnicos).

Sin embargo se resuelva o no estos problemas estructurales, las empresas deben mejorar su productividad, las pequeñas y microempresas requieren de mecanismos que fomenten la formalidad, la capacitación, la transparencia de tecnología, el acceso al crédito y que incentive la generación del empleo y la promoción de la inversión.

En el Perú, el 98% de las empresas son de pequeñas magnitud, en consecuencia su desarrollo tiene implicancias significativas en la competitividad. El tema de tesis **"Desarrollo de las PYMES en el Mercado Exportador sector Confecciones"**, es un aporte al presentar la elaboración de un **PLAN DE COMPETITIVIDAD PARA LA PYME DEL SECTOR CONFECCIONES**.



## **1.1.-ANTECEDENTES**

Uno de los rasgos propios de las economías modernas es la presencia inequívoca de multitud de pequeños negocios. Su flexibilidad para orientarse a las necesidades cada vez más personalizadas y cambiantes de los consumidores y su capacidad para responder a las rápidas mutaciones del entorno, difícilmente atendibles por empresas que producen en gran escala, permiten a estos pequeños negocios ganar crecientemente espacios en el mercado. En los últimos años se han logrado importantes avances en el terreno de la estabilización económica, la pacificación del país, la apertura de los mercados, la reinserción en el mercado financiero, así como en la instauración de un conjunto de reformas orientadas a crear una economía de libre mercado.

El ajuste y la estabilización económica contribuyen a crear confianza en los inversionistas, los productores y los consumidores. La apertura de la economía ha fomentado un ambiente de competencia que ha estimulado procesos de reestructuración industrial, de promoción de inversiones y potenciado las exportaciones en la óptica de fortalecer el desarrollo de la competitividad. A este proceso se ha puesto de manifiesto en el sector de la PYME sus carencias y debilidades. En este proceso la pequeña y micro empresa atraviesa un complejo proceso de reconversión de búsqueda de mercados que les permita ser competitivas. La MYPE por su reducida escala y sus débiles relaciones de articulación enfrenta una serie de limitaciones internas y barrera de acceso a los servicios financieros y servicios de desarrollo empresarial (capacitación, asistencia técnica, servicios financieros, información, y desarrollo tecnológico).

Dentro de las limitaciones internas cabe destacar:

- La falta de personal calificado que ostente las competencias destrezas y habilidades que los estándares del mercado requiere.
- La subutilización e ineficiencia en el uso de los recursos ,
- La ausencia de los controles de calidad de procesos y productos.
- El desconocimiento de los instrumentos básicos de gestión empresarial
- La falta de un nivel de especialización que coadyuve al aumento de la productividad
- Sus limitados niveles de capitalización y modernización de sus activos
- Las frágiles relaciones asociativas y de cooperación, sumados a su limitada inserción en los mercados.

Las empresas MYPES en general cuentan con los siguientes instrumentos como son:

## **1.2.-INSTRUMENTOS LEGALES**

En la actualidad nos rige la Ley 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa , teniendo por objeto promocionar la Competitividad , la formalización y el desarrollo de las micro y pequeñas empresas .

Esta Ley esta compuesta por 57 artículos y 7 disposiciones complementarias.

### **1.2.1. DETALLES DE LA LEY 28015**

#### **DEFINICIÓN DE LAS MYPES**

- Por el numero de trabajadores .Microempresa 1 a 10 trabajadores
- Pequeña Empresa 1 a 50 trabajadores
- Define a las MYPES por el monto de sus ventas anuales.
- Microempresas hasta 150 UIT
- Pequeña Empresa de 150 a 850 UIT

## **CAPITULO II.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **2.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

La MYPE y la PYME por su reducida escala y sus débiles relaciones de articulación enfrenta una serie de limitaciones internas y barrera de acceso a los servicios financieros y servicios de desarrollo empresarial (capacitación, asistencia técnica, información, y desarrollo tecnológico).

A este proceso se ha puesto de manifiesto en el sector de la PYME sus carencias y debilidades.

La pequeña y micro empresa atraviesa un complejo proceso de reconversión de búsqueda de mercados que les permita ser competitivas. La apertura de la economía ha fomentado un ambiente de competencia que ha estimulado procesos de reestructuración industrial, de promoción de inversiones y potenciado las exportaciones; en la óptica de fortalecer el desarrollo de la competitividad.

Dentro de las limitaciones internas cabe destacar:

- La falta de personal calificado que ostente las competencias, destrezas y habilidades que los estándares del mercado requiere,
- La subutilización e ineficiencia del uso de los recursos.
- La ausencia de los controles de calidad de procesos y productos,
- El desconocimiento de los instrumentos básicos de gestión empresarial.
- La falta de un nivel de especialización que coadyuve al aumento de la productividad.
- Sus limitados niveles de capitalización y modernización de sus activos.
- Las frágiles relaciones asociativas y de cooperación, sumados a su limitada inserción en los mercados.

## **2.2.- FORMULACION DEL PROBLEMA**

¿LA FALTA DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DEL SECTOR CONFECCIONES GENERAN UNA ESCASA PRESENCIA EN EL MERCADO EXPORTADOR ?

## **2.3 JUSTIFICACIÓN**

La presente Investigación busca proponer una serie de articulaciones empresariales; que estén planteadas en el Plan de Competitividad, en la búsqueda de un Desarrollo más Integral y Competitivo del sector confecciones

Las articulaciones empresariales hoy en día importantes para el logro de la competitividad de los diferentes sectores con los que cuenta el País, y la complejidad que caracteriza a esta en el mundo actual obliga al análisis integral y aplicación de políticas de logros a largo plazo .

La micro y pequeña empresa constituye el porcentaje mayoritario de empresas en nuestro país y; dentro de los desafíos que impone la globalización , es urgente que estas sean mas competitivas , operando actualmente en condiciones de baja productividad y reducidos márgenes de ganancia; tienen problemas que afectan su eficiencia, lo que limita su capacidad de ahorro y participación

Este documento ha permitido trabajar directamente con empresarios de la Pequeña Empresa y Micro Empresa, y en especial así empresas del Sector textil confecciones.

En esta etapa de cambios, las empresas buscan elevar índices de Productividad y eficiencia ,mediante la oferta de servicios de desarrollo empresarial ,aplicando Sistemas de Producción Flexibles ,que posibiliten la participación directa del Recurso Humano que integran las organizaciones.

En la búsqueda de mejores productos y servicios que generen una mayor participación en el mercado y la Competitividad empresarial de este sector textil confecciones, seleccionado en la presente investigación, **"Desarrollo de las PYMES en el Mercado Exportador sector Confecciones;** Mediante la incorporación de la tecnología en los procesos productivos , basado en el papel que desempeña el financiamiento en el avance tecnológico que pueda alcanzar una empresa , puesto que para adquirir maquinarias y equipos y mejorar los procesos de producción requiere de capital .El crédito tiene que ser utilizado como un agente dinamizador del desarrollo de las micro y pequeñas empresas .

A través de programas de capacitación y asistencia tecnológica, permitir el fortalecimiento de las empresas en un proceso de aprendizaje y de asimilación de conocimientos y transferencias tecnológicas.

Hay que considerar que la generación del Producto bruto interno (PBI) es resultante no solo de la interacción de la oferta de bienes y servicios destinado al mercado interno; sino también al mercado externo , es decir las exportaciones como proporción del PBI y de los niveles de empleo, resguardándose en un marco legal adecuado y con mecanismos de promoción eficiente . La pequeña y mediana **(PYMES)** empresas, en razón a sus características de flexibilidad y posibilidad de rápida adaptación a las exigencias del mercado representa un sector estratégico para la reactivación de la economía.

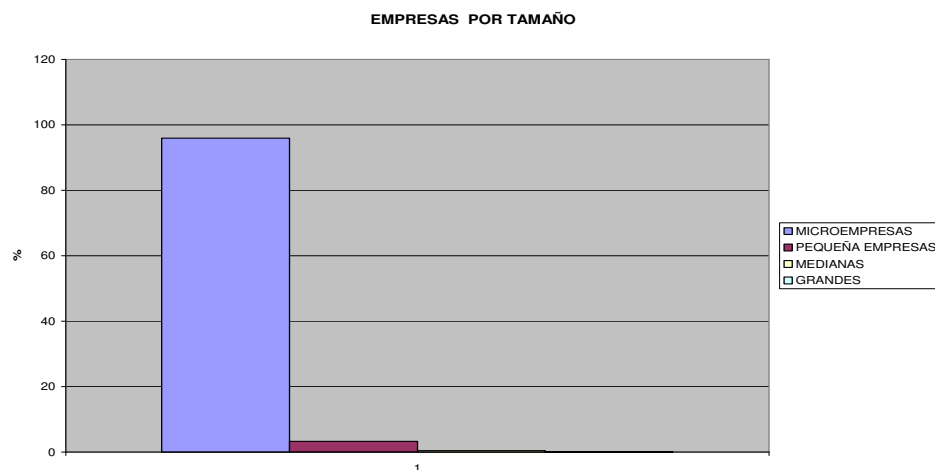
Para que la PYMES peruana se encuentre en una posición competitiva en el mercado externo se requiere del concurso no solo de empresarios dinámicos , modernos y programas orientados a la capacitación , consolidación y expansión de mercados .

Ganar la Competitividad en una economía Globalizada, es un factor de sobrevivencia Empresarial, esta es la razón fundamental para incorporar el uso de tecnología, para reducir los costos y alcanzar niveles de calidad internacional, mediante la diversificación de la producción. El Plan de Competitividad busca fortalecer la relación Ínter-empresarial de las alianzas estratégicas , las articulaciones empresariales (Cadenas Productivas ) y los socios estratégicos son las herramientas de un Plan de Competitividad .

Número de MYPE Formales en el Perú	→ 502,076
Número de MYPE Manufacturera	→ 62,072
Número de MYPE no Manufacturera	→ 440,004
Número de MYPE Manufacturera Exportadoras Directas	→ 622
Número de MYPE Manufactureras Exportadoras Indirectas	→ Incierto Mayor a 622

FUENTE: JAIME GARCIA –UNIVERSIDAD DE LIMA MARZO 2005

## GRAFICO 1



FUENTE: JAIME GARCIA –UNIVERSIDAD DE LIMA MARZO 2005

## **2.4. LIMITACIONES**

La presente Investigación esta enmarcada en las PYMES y MYPES del sector confecciones con potencial exportador , el área de investigación ha sido las empresas textiles y confecciones del conglomerado de Gamarra, así mismo empresas del sector confecciones ubicadas en el Parque Industrial de Villa el Salvador , las empresas de confecciones de la zona de San Juan de Lurigancho , y empresas que son subcontratadas del distrito de Comas por empresas exportadoras. Las PYMES y MYPES participantes en esta investigación se encuentran en su proceso de aprendizaje de indicadores de exportación, hacia mercados competitivos.

## **2.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

### **2.5.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la implementación de un Plan de Competitividad denominado: **DESARROLLO DE LAS PYMES EN EL MERCADO EXPORTADOR – SECTOR CONFECCIONES**, el cual propone esta Investigación.

### **2.5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

Este Plan de Competitividad busca:

- Fortalecer la Asociatividad mediante redes empresariales;
- Desarrollar nuevas formas de intervención hacia las PYMES del sector confecciones en la renovación de Maquinaria y Equipo, mediante nuevas formas de Financiamiento.
- Apoyar las actividades de Exportación , con un enfoque de desarrollo nacional y local fundamentalmente ,mediante los instrumentos de Capacitación y Asistencia Técnica en el tema de Confecciones , fortaleciendo la aplicación de las tres estrategias Genéricas de éxito potencial para el mejor desempeño del sector productivo de confecciones
- Fomentar la Innovación y desarrollo de Ciencia y Tecnología en los Procesos productivos del sector textil confecciones.



### **CAPITULO III.- MARCO TEORICO**

Las pequeñas y Micro empresas en el País superan las 3<sup>1</sup> 200,000 unidades económicas representando el 98% de las empresas, la misma que genera el 70% del EMPLEO, representando el 42% del PBI. El reto que enfrenta nuestro País y el sector empresarial es generar una nueva Cultura Empresarial que propicie un cambio profundo en la Gerencia de las Empresas (grandes, medianas y pequeñas) mejorando las condiciones de conducción y propiciando el desarrollo integral hacia la Competitividad. EL Perú se encuentra en la necesidad urgente de incorporar mayor procesamiento y valor agregado a los bienes y servicios que ofrece para generar **EMPLEO**, el cual se necesita para los próximos años, esto podrá permitir incorporar al mercado laboral a nuevos trabajadores así como a los desplazados del sector publico y privado .De allí la importancia de establecer un **Plan de Competitividad** para el Sector de la PYMES de Confecciones.

En el actual entorno económico en que se desenvuelven las actividades de las empresas en general y en particular , las pequeñas empresas productivas exige tener un conocimiento claro sobre las estrategias a incorporar para alcanzar niveles de competitividad Internacional con Liderazgo en Costos, diferenciación ,con un enfoque de alta segmentación .La falta de Vinculación de la producción y la incorporación de la tecnología juega un papel preponderante en los cambios de la productividad y en el desarrollo socioeconómico, razón por la cual en los países desarrollados es ampliamente conocido, que el liderazgo exportador es el resultado de la Aplicación estratégica del conocimiento y la tecnología, es por ello que en los últimos cuarenta años los países Asiáticos han dado un salto espectacular en el cambio de la Estructura productiva.

Esta situación considera pasar de una estructura económica de países exportadores primarios, similar a la actual situación peruana, a otra intensiva en nuevos productos por la aplicación de nuevos conocimientos y tecnologías de punta.

**Perú**, cuenta con una excelente tradición textil, posee una materia prima de reconocido prestigio internacional; ventaja que no se ha aprovechado en forma coherente hasta la fecha, el sector Confecciones es el que puede activarse con mayor rapidez ya que posibilita el uso intensivo de mano de obra ; la cual en el sector confecciones la encontramos poco especializada. La falta de mano de obra calificada es un problema serio para la industria en los últimos años, las firmas grandes tienen muchas dificultades, cuando tratan de conseguir recurso humano calificado, por si fuera poco, el entrenar trabajadores con experiencia anterior crea muchas dificultades , ya que les ha sido muy difícil abandonar los malos hábitos adquiridos .Para una pequeña empresa es difícil encontrar personal calificado en épocas de campaña, pero no lo es en la llamada época baja, ello lleva a la conclusión que, para alcanzar los niveles de calidad requeridos por la demanda, tanto empresas pequeñas como grandes tienen que entrenar su personal; la pregunta es: ¿Quien puede hacerlo más rápida y eficientemente?

Por eso es importante dar el primer paso de acercamiento al sector de la pequeña y micro empresa de confecciones fomentando el desarrollo empresarial; en la búsqueda de una nueva Cultura Empresarial que incentive la generación de nuevas formas de producción, y que incrementen la participación de los productos textiles en el Mercado Internacional .De allí la importancia de la presente investigación **DESARROLLO DE LAS PYMES EN EL MERCADO EXPORTADOR – SECTOR CONFECCIONES**, mediante la propuesta de un **PLAN DE COMPETITIVIDAD PARA EL SECTOR CONFECCIONES**.

### **3.1-ANALISIS DE LA DEMANDA INTERNA DEL SECTOR CONFECCIONES**

Las nuevas condiciones macroeconómicas imperantes en el ámbito nacional han llevado a las autoridades nacionales a considerar la necesidad de fortalecer el sector , a través del establecimiento de un marco jurídico moderno que permita contar con los mecanismos e incentivos que aseguren en el mediano y largo plazo; el desarrollo integral y sostenible de la pequeña y micro empresa ,buscando incentivar la inversión la generación de empleo, el incremento de la competitividad y productividad de las empresas promoviendo al mismo tiempo la normalización y la capacitación gerencial privada en el sector .Examinando la heterogeneidad del sector vemos que las PYMES, que tienen acceso a la Capacitación solo es un pequeño grupo que esta en condiciones de aprovechar los programas de modernización productiva. Según datos la mayoría de las PYMES no accede a los programas de Capacitación<sup>1</sup>no cubriendo ni el 2% de la demanda potencial del mercado, Como lo hace la Fundación Chile. Todo esto sugiere que en cada campo productivo se ha ido conformando un nuevo modelo de organización de la producción , una nueva manera de crear y distribuir excedente económico entre los distintos agentes económicos individuales y también entre el País y el Exterior , que pasan a articularse mas con el exterior que con el mercado interno .

<sup>1</sup>\*Portocarrero, J y Numura, J Oferta de Servicios a la Pequeña y Micro Empresa en Lima, Lecciones de la Experiencia .DESIDE –SWISSCONTAC, 1997

Dada la importancia de este análisis se definirá algunos planteamientos de políticas económicas en direcciones específicas:

- Acciones de Fomento Productivo
- Desarrollo Tecnológico
- Sinergias y Externalidades en ámbitos locales.

En cada una de estas direcciones podemos identificar fallas de mercado, asimetrías de información, explotación de posiciones dominantes de mercado, y otras razones que nos llevan a precisar el uso de la Reingeniería Institucional y en Políticas de Construcción de los mercados que favorezcan una mas eficiente y equitativa transición hacia economías mas abiertas y competitivas (Agenda Futura de Políticas Publicas en Desarrollo de PYMES del Sector Confecciones hacia la exportación)

## **COMPOSICIÓN Y CONCENTRACIÓN DE EMPRESA SEGÚN UBICACIÓN GEOGRAFICA**

**CUADRO # 1**

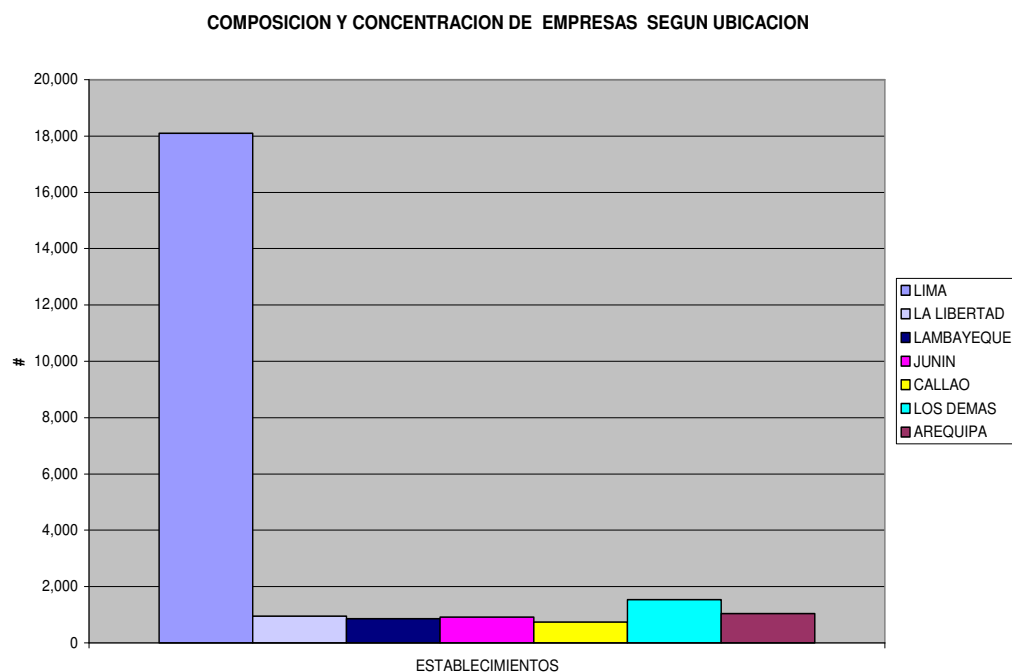
SUBSECTOR	DEPARTAMENTO	ESTABLECIMIENTOS		VENTAS	
		#	%	#	%
CONFECCIONES	LIMA	18,093	74,99	700.691,00	92,59
	AREQUIPA	1.035	4,29	5.801,00	0,77
	LA LIBERTAD	953	3,95	1.975,00	0,26
	JUNIN	913	3,78	545,00	0,07
	LAMBAYEQUE	863	3,58	2.342,00	0,31
	CALLAO	738	3,06	43.905,00	5,80
	LOS DEMAS	1531	6,35	1.491,00	0,20
	TOTAL	24.126	100	756.750,00	100

**FUENTE: DESEMPEÑO DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EXPORTADORA DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES EN EL PERU, ASPILCUETA, MARCO OIT JULIO 2000.**

La producción sectorial esta concentrada en Lima, debido a la alta presencia geográfica de la demanda , el acceso directo al puerto del Callao , para atender el abastecimiento de insumos y acceder a los mercados internacionales , y la existencia de un amplio conglomerado de proveedores , agentes , y servicios diversos que le dan soporte al sector .

Las empresas del ramo textil están concentradas en Lima Industrial , Ate y la Victoria , mientras que las del ramo de confecciones amplían su cobertura a San Juan de Lurigancho .Es destacable la existencia de Conglomerados ubicados en Juliaca y Arequipa en confecciones de prendas de Alpaca.

**GRAFICO # 2**



**3.2.- CONGLOMERADO GAMARRA.-** Es el emporio Comercial e Industrial mas grande del Perú y América Latina en fabricación de Textiles y confecciones de prendas de vestir, que en su conjunto moviliza anualmente entre 600 y 800 millones de dólares , dando ocupación a unos 60,000 peruanos , sin embargo debido al contrabando de productos asiáticos y de otros que ingresan con precios subsidiados por el país de origen, unidos al caos y la suciedad , la falta de seguridad que existe en el entorno propician este caos .El comercio informal, la producción de 30 toneladas diarias de basura, cuyo recojo y disposición final tiene que ser costeadado por los vecinos , el cierre vehicular de 20 cuadras de las 40 de la zona y el bloqueo de las puertas de 154 galerías provocando un grave problema de seguridad en materia de defensa civil .

Por lo demás en esa zona se producen unos 50 asaltos diarios<sup>5</sup>. Otro detalle es que muchos comerciantes informales de Gamarra son mayoristas, el metro de calle se alquila entre 10 a 30 soles. Gamarra representa una realidad empresarial, signada por la facilidad de entrada de muchos hombres migrantes de Puno o de países lejanos incursionaban en la actividad empresarial sin mayor experiencia y capital, en el camino iban aprendiendo y acumulando capital al mínimo costo y consumo. Muchos vivían en sus talleres y tiendas y algunos nunca salían de gamarra .Los proveedores de telas, insumos y maquinarias vieron en ellos buenos clientes y así mismo la posibilidad de hacer buenos negocios mudándose a la zona y aceptándose una cultura de trabajo duro y de bajo perfil .La mano de obra vino de todas partes, unos eran obreros textiles, despedidos y frustrados por los bajos salarios pero con mucha experiencia, y otros por puro espíritu aventurero, atraídos por al oportunidad de empleo.

La infraestructura ha sido construida por los mismos empresarios, estos diversificaron su inversión sin tener ninguna consideración de los espacios, ni de la distribución de las redes de agua, desagüe, electricidad, ni en el ancho de las calles que deberían tener, en las alturas de los edificios así se construyeron las galerías con cientos de talleres y tiendas. Los empresarios de Gamarra y sus organizaciones nunca han tenido una plena convicción del papel que les toca y el reto hacia el futuro con la incorporación de información comercial, protección de la propiedad. Son muy pocos los empresarios de esta zona que han incursionado en el Comercio Exterior, ha sido una decisión personal mas no de gremio.

Dado que es un Conglomerado importante en el desarrollo del Sector Textil Confecciones; se deberá elaborar un plan estratégico del sector a largo plazo donde se propicie las condiciones adecuadas de intervención empresarial; para que los empresarios logren metas de Exportación y esto se lograra con Capacitación , Investigación y Desarrollo de los productos a ofertarse donde los programas que sean monitoreados por agentes privados de desarrollo empresarial . En Gamarra trabajan cerca de 10 mil empresarios que en conjunto ocupan 17 mil tiendas distribuidas en 144 galerías comerciales que se agrupan en 20 manzanas, la mayoría dedicados al rubro de las confecciones<sup>6</sup>. Con estas dimensiones, no debería existir duda de que los empresarios de Gamarra debieran ser una de las voces más Fuertes y escuchadas del ámbito empresarial, sin embargo, esto aún no es así. Hoy por hoy, Gamarra no ejerce siquiera la plenitud de sus derechos frente al Municipio de La Victoria y el Municipio de Lima. La razón: su debilidad organizativa. Organizarse en Gamarra es una necesidad y un reto que los empresarios están afrontando desde hace ya varios años.

5FUENTE POLICIA NACIONAL DEL PERU COMISARIA DE APOLO 2004

No es fácil, pero tampoco debería ser tan complicado. De hecho, si hoy vemos un Gamarra distinto al de los noventa es por sobre todas las cosas gracias a la perseverancia de un grupo de líderes empresariales que superaron todas las intromisiones desde el Estado.

Actualmente se reconstruye la confianza entre las personas, creando una visión compartida, Pero es necesario comprender que, como ha sido la historia de todos los gremios empresariales en el País, es fundamental alentar y auspiciar la tarea del fortalecimiento institucional .Cuando los empresarios aparezcan como un cuerpo orgánico y organizado, con una clara orientación hacia la exportación, es probable que se produzca un punto de inflexión en la historia del Perú.

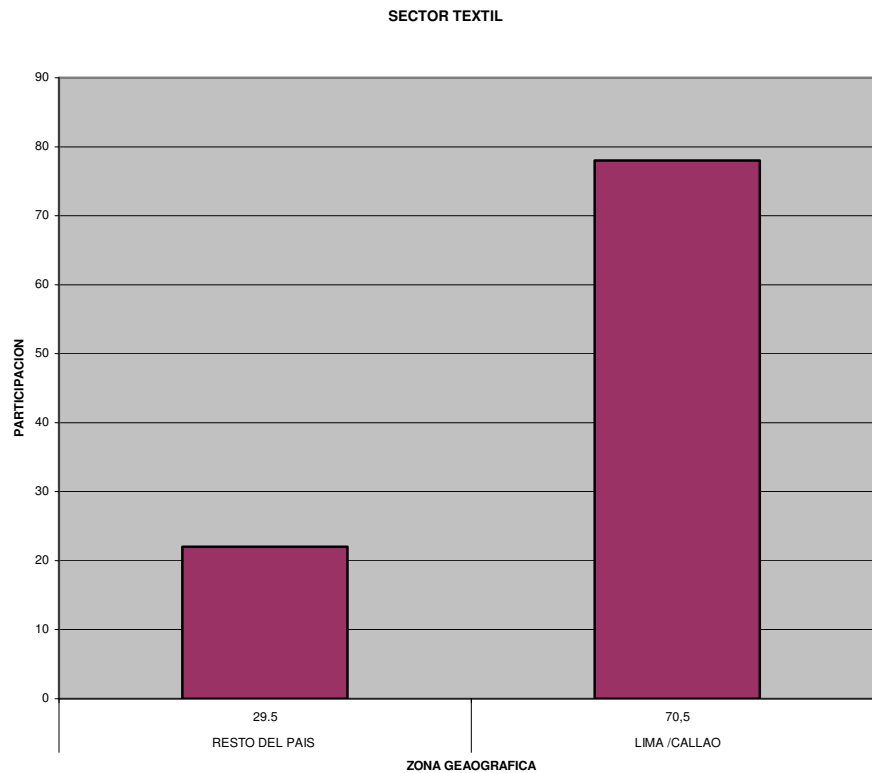
En el Perú los medios de producción son en su mayoría tradicionales, debido a que las tecnologías de la información en el sector trabajo aún no se han desarrollado lo suficiente. Incluso conglomerados comerciales como Gamarra aún no han dado el salto tecnológico, aunque representan el sector empresarial (MICRO, MEDIANA Y PEQUEÑA EMPRESA) más representativo de nuestro país. Se estima que en Gamarra existe un movimiento financiero de 800 millones de dólares anuales,<sup>8</sup> pero las condiciones para introducir desarrollos tecnológicos aún no se han dado. La industria del sector textil se viene postulando como uno de los sectores pilares de desarrollo de la economía nacional, que por sus características y potencialidades constituye una industria altamente integrada. Altamente generadora de empleo y que utiliza en gran medida los recursos naturales del país, generando trabajo a otros sectores como el agrícola por el cultivo del algodón, el ganadero para la obtención de pelos finos y lanas, la industria del plástico para los botones, cierres y otros, la industria química por la utilización de insumos, entre otros.

8 FUENTE SUNAT 2004 MARZO



### GRAFICO # 3

#### CONCENTRACIÓN GEOGRAFICA SUB SECTOR TEXTIL CONFECCIONES-NIVEL NACIONAL



FUENTE: ELABORACION PROPIA. FICHAS DE ENTREVISTAS

## CUADRO 2 -COMPOSICION DEL SUB SECTOR TEXTIL CONFECCIONES

La industria peruana del sector textil se encuentra compuesta por dos grandes sub.-sectores:

1. SUB SECTOR	<p>CIU 17 HILADOS , TEJIDOS Y CONFECCIONES</p> <p>DISTINTAS DE PRENDAS D E VESTIR CAPITULO 50 , 60 Y 63 DEL ARANCEL DE ADUANAS</p>
SUB SECTOR PRENDAS DE VESTIR	<p>CIUU: 1810: Prendas de vestir excepto las de cuero</p> <p>CAPITULOS: 61 y 62 del Arancel de Aduanas</p>
PARTICIPACIONEN EL PBI	<p>12 % DEL PBI MANUFACTURERO</p> <p>TEXTILES , 7.3% DE PRENDAS DE VESTIR 4.7 %</p>
EMPLEO	<p>150,000 empleos directos</p> <p>525,000 empleos indirectos</p>
SECTOR EXTERNO	<p>0,6% del comercio mundial</p> <p>32,0% de las Exportaciones No Tradicionales</p> <p>8,0% de las Exportaciones Totales</p>
UBICACION GEOGRAFICA	
ZONA NORTE	EMPRESAS PRODUCTORAS DE HILADOS DE ALGODÓN PIMA
ZONA COSTA CENTRAL	EMPRESAS PRODUCTORAS DE HILADOS DE ALGODÓN DE TANGUIS, EMPRESAS CONFECCIONISTAS.
ZONA SUR	EMPRESAS TEXTILES Y CONFECCIONES DE LANA DE ALPACA

\*En la actualidad el mercado nacional se ha contraído debido al ingreso de productos extranjeros.

### 3.3. CAPACIDAD INSTALADA.-

En la última década el sector no atrajo nuevos flujos de inversión extranjera, limitando la capacidad de producción principalmente en hilandería y tejeduría.

La carencia de Inversiones viene siendo un Cuello de Botella, que no permite a las empresas del sector atender totalmente la mayor demanda derivada de la firma del ATPDEA, tanto en el rubro confeccionista como en el textil, al no poder abastecer la demanda creciente de las empresas confeccionistas.

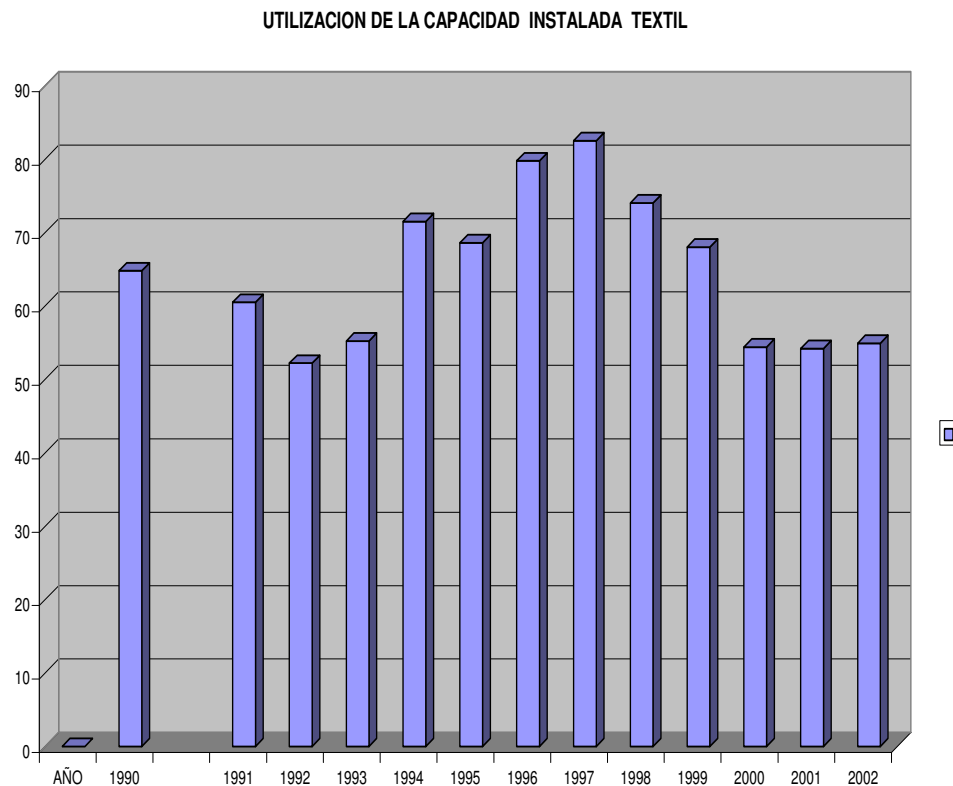
Existe capacidad ociosa<sup>9\*</sup> en el subsector textil, se ha incrementado debido a la recesión de la economía que vienen atravesando el País, al igual que el subsector textil, se estima que la industria de confecciones ha mantenido su porcentaje que está por encima del 50%. La crisis de la producción masiva ha venido generando una nueva modalidad de producción: la Producción flexible, esta nueva modalidad ha traído como consecuencia un nuevo tipo de empresa: la **empresa cooperante**. Esta actúa como una célula de un tejido empresarial. De este tejido forma parte, en primer lugar, debido a la actitud cooperante con las empresas productoras de las empresas del grupo seleccionado, integrándose a la división social del trabajo de manera flexible.

El tejido empresarial puede estar conformado por grupos empresariales de dos tipos. Cuando el grupo ha sido constituido por una gran empresa que aglutina al resto, como generalmente existe en Japón, Este es en realidad un **grupo empresarial incorporado**. Cuando el conjunto empresarial es conformado por empresas del mismo nivel, y con el mismo grado de participación, es claro que estamos frente a un **grupo empresarial colectivo**.

9DESEMPEÑO DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EXPORTADORA DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES EN EL PERU 2000-MARCO ASPILCUETA.

Como es el caso de la presente Investigación .A pesar de que existe capacidad instalada no utilizada en el subsector, la inversión en maquinaria y equipos ha sido creciente. La principal inversión en maquinaria se hizo con la importación de maquinas de tejido plano y de punto, y para la preparación de hilatura. La maquinaria utilizada en el sector proviene, Alemania, Japón e Italia.

#### GRAFICO # 4



FUENTE: ESTUDIOS ECONOMICOS SNI.2004

**CUADRO # 3**  
**UTILIZACION DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

<b>AÑO</b>	<b>% TEXTIL</b>	<b>% CONFECCION</b>
1990	64.8	66.1
1991	60.5	60.1
1992	52.2	61.1
1993	55.2	61.1
1994	71.49	85.3
1995	68.62	91.6
1996	79.77	89
1997	82.52	92.2
1998	74.01	85.4
1999	68	76.1
2000	54.4	87.8
2001	54.2	89.3
2002	54.9	94.3
2003	68	94.3

FUENTE SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS MAYO 2004

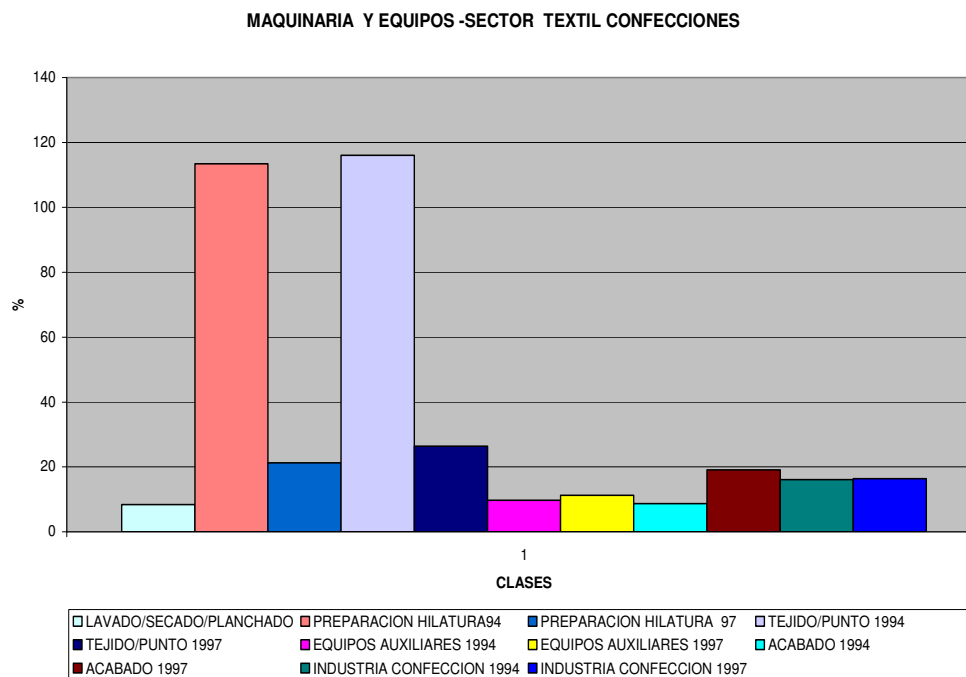
### **3.4.- INVERSION EN MAQUINARIA Y EQUIPO**

A pesar de que existe capacidad instalada no utilizada en el subsector textil, la inversión en maquinaria y equipo ha sido creciente. La principal inversión en maquinaria se hizo con la importación de la maquinas de tejido plano y de punto, y para la preparación de la hilatura. La maquinaria utilizada en el subsector proviene de EEUU, Alemania, Japón. Este aumento de la inversión se debería a la renovación de tecnología que las empresas vienen realizando para mejorar su productividad y su eficiencia

A diferencia del subsector textil, las inversiones en maquinarias y equipos en el subsector de confecciones han sido menores. Al parecer, la principal inversión se ha orientado a la repontenciacion de equipos.

## GRAFICO # 5

### INVERSION EN MAQUINARIA Y EQUIPO DE TEXTIL CONFECCIONES



FUENTE: ESTUDIOS ECONOMICOS 2005

## CUADRO 4

### STOCK DE INVERSION EXTRANJERA DIRECTA EN LOS SECTORES TEXTIL CONFECCIONES.

	TEXTIL	CONFECCIONES
1991	17.2	2.6
1992	17.2	2.6
1993	22.1	2.6
1994	32.5	2.6
1995	32.5	2.6
1996	32.9	2.6
1997	32.5	2.6
1998	32.5	2.6
1999	32.5	2.6
2000	32.5	2.6

FUENTE PROINVERSION MARZO 2001

FUENTE: JAIME GARCIA MARZO 2005 UNIVERSIDAD DE LIMA

### **3.5. EL EMPLEO EN EL SECTOR CONFECCIONES –ROL Y**

#### **CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES Y PYMES**

Una de las razones de la importancia de las pequeñas empresa y microempresas en las políticas de promoción al desarrollo en los últimos años ha sido su cada vez fuerte participación como fuente generadora de empleo e ingresos para miles de personas que cada año se incorporan a la fuerza laboral y no encuentran trabajo en el llamado sector moderno de la economía para aquellos que si bien lo tenían y fueron despedidos debido a la severa recesión económica por al que atravesó el País .

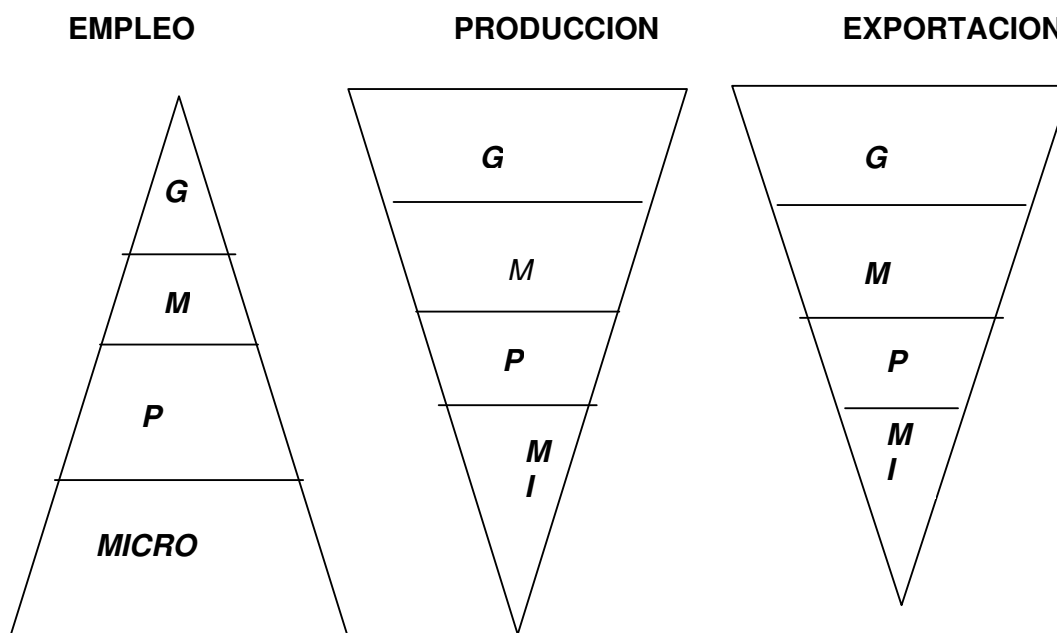
Mientras la evolución del empleo entre 1987 y 1994 ha caído de manera constante en las empresas con mas de cien trabajadores , lo contrario ha sucedido con la microempresa que en su conjunto esta logrando absorber mas de la tercera parte del total de la fuerza laboral ocupada .

Por otro lado, la pequeña empresa pese a la crisis económica ha logrado mantener su participación en la generación del empleo. Luego de 1991 la pequeña y micro empresa ha logrado dar empleo a mas del 40% de la PEA ocupada en Lima Metropolitana . La industria textil y de confecciones se convirtió en la década de los noventa en la actividad industrial de mayor fuerza laboral ocupada .

La extrema pobreza, la exclusión social y la discriminación siguen afectando a un gran porcentaje de la población en la mayoría de los países de la región; a pesar de que es necesario hacer hincapié en la productividad y la producción de los servicios de buena calidad en el contexto de la exigencia de la mundialización, la mayor parte de la expansión del empleo ha tenido lugar en servicios de baja productividad y en actividades del sector no estructurado.

## GRAFICO 6

### PYMES PARTICIPACION EN LA ECONOMIA



Es necesario, por lo tanto, formular políticas y programas destinados no sólo a combatir el desempleo, sino también a mejorar la calidad del mismo; debido a los niveles muy bajos de calificación de muchos trabajadores. De allí la importancia de mejorar y diversificar las oportunidades de formación<sup>4</sup> en particular para las mujeres, los jóvenes con discapacidad y los pueblos indígenas. Esto requiere la adopción de métodos de formación participativos, basados en la comunidad y centrados en aspectos orientados en función de la demanda, tales como la promoción del empleo independiente y la generación de ingresos.

Así mismo la dinámica de la fuerza laboral asalariada del sector textil –confecciones tiene una alta concentración en la PYME, generando empleo (Cuadro Adjunto)



En cuanto a la composición de la fuerza laboral la industria textil muestra una proporción mayor de trabajadores en condición de eventuales, esto se explica por la política de flexibilización laboral que las empresas comienzan a implementar sustentados en la reforma laboral impulsada por el gobierno.

Comparando los dos sectores<sup>5</sup> se aprecia que el 42% de trabajadores textiles se encuentra en situación permanente, mientras que en confecciones la proporción llega a 33%. La composición de la PEA del sector muestra una gran concentración de la fuerza laboral en la microempresa y en la Pyme; la estructura del sector revela que el 58% de esta fuerza laboral se encuentra en la microempresa, el 32% en la PYME y el 10% en la gran empresa. Hacia el 2001 el extracto de la PYME de confecciones muestra una tendencia creciente siendo su tasa de crecimiento es de 20%; mientras que en textiles es de 6%. Esta tendencia pone en evidencia; que la PYME de confecciones viene aumentando su capacidad y reitera su potencial exportador y generador de empleo

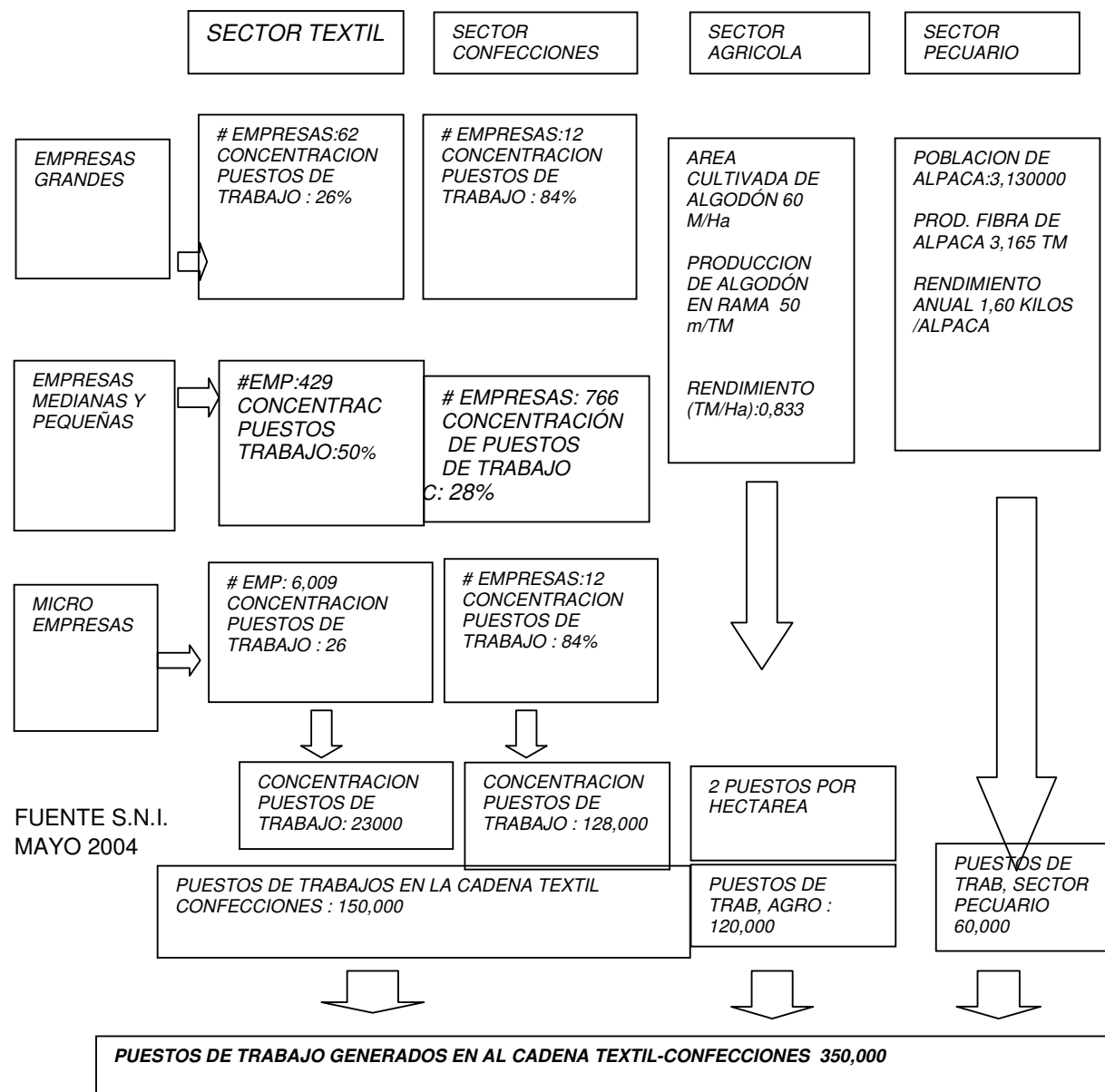
<sup>4</sup>Oficina Internacional del Trabajo, Departamento de Creación de Empleo y Desarrollo de la Empresa, IFP/SED-2005

5MTPS-DNEFP. ENCUESTA DE HOGARES 1986-1995.-EL MINISTERIO DE TRABAJO CONSIDERA TRABAJADOR

PERMANENTE A AQUEL QUE SE ENCUENTRA EN CONDICION DE NOMBRADO Y SU CONTRATACION ES INDEFINIDA

Y GOZA DE TODOS LOS BENEFICIOS QUE LA LEY SEÑALA

## GRAFICO #7-GENERACIÓN DE EMPLEO EN LA CADENA PRODUCTIVA





### **3.6.. IDENTIFICACION DE LAS VARIABLES**

#### **3.6.1. VARIABLE INDEPENDIENTE**

LA ESPECIALIZACIÓN FLEXIBLE Y LAS NUEVAS FORMAS DE ORGANIZACIÓN Y DE ARTICULACIÓN DE LA PRODUCCIÓN (OFERTA) SECTOR CONFECCIONES GENERARAN LOS LOGROS HACIA LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL.

#### **3.6.2. VARIABLE DEPENDIENTE**

EL INCREMENTO DE LA PRODUCCION (DEMANDA) DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR CONFECCIONES EN EL MERCADO EXTERIOR.

### **3..- FUNDAMENTOS BASES TEORICAS**

La fundamentacion de la Investigación esta sustentada en:

- La Ley de Formalización de la micro y Pequeña Empresa Ley 28015
- La Ley de CENTROS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA CITES 27267
- CONSTRUYENDO LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DEL PERU –EL SECTOR CONFECCIONES PROMPERU JULIO 1995 .MONITOR
- ESTUDIOS DE ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO OIT –2,000 AL 2004 EN EL TEMA DE PEQUEÑAS Y MICRO EMPRESAS DEL SECTOR CONFECCIONES DE LA REGION ANDINA
- PLAN ESTRATÉGICO DE PROMPEX 2004-2006
- ENCUESTA A 100 EMPRESARIOS DEL SECTOR CONFECCIONES.
- ENTREVISTA A 25 REPRESENTANTES DE GREMIOS DE LA MICRO. PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DE CONFECCIONES.

### **3.8-DEFINICION DE TERMINOS**

**COMPETITIVIDAD** se define como el proceso de integración dinámica de países y productos a mercados internacionales ex post, dependiendo tanto de las condiciones de oferta como de las de demanda.

**MYPES .-Micro y Pequeñas Empresas**

**PYMES :- Pequeñas y Medianas Empresas**

**ARTICULACION EMPRESARIAL .- Facilitación de mercados en el sector empresarial .-** Capacidad de acceso de productos a un mercado determinado , de acuerdo con las restricciones arancelarias y paraarancelaria y no arancelaria vigentes en un País, territorio o grupo de países, de acuerdo a la normativa nacional , regional o multilateral para el ingreso de productos importados a ese mercado nacional .

**REDES EMPRESARIALES.-** fomento de las cadenas productivas y de Asociatividad, mediante la estandarización y normalización de las MYPYMES.

### **3.9. HIPÓTESIS**

¿LA FALTADA ARTICULACIÓN EMPRESARIAL DE LAS PYMES Y MYPES DEL SECTOR CONFECCIONES GENERAN UNA DEFICIENTE COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL .?

### **3.10. DESARROLLO DEL DIAMANTE DE COMPETITIVIDAD DE PORTER**

Desde hace más de 20 años el tema de la competitividad ha surgido vigorosamente en la discusión teórica y práctica con importantes implicaciones en la política económica internacional y latinoamericana. Se destacan las aportaciones de Porter, (1990-1998) quien define la competitividad sobre la base de las ventajas competitivas mediante un diamante dinámico (Porter 1990, Pág., 71 y SS.) definido tanto por las condiciones de oferta, demanda, estructura de las propias empresas y su entorno, como por las relaciones con sus proveedores y clientes. Así mismo la Inversión extranjera directa y las exportaciones han constituido dos piedras angulares del proceso de globalización.

Cuando analizamos la ventaja competitiva del Perú, no podemos dejar de tener en cuenta las posibilidades actuales y futuras del sector confecciones

Los primeros pasos que se dieron en el presente trabajo fueron:

Entrevistas en el sector peruano de confecciones con el fin de analizar el desempeño y sus mecanismos de flexibilización productiva

- El estudio ha sido estructurado a partir de sistemas de Competitividad.

Cuando se analiza la ventaja competitiva del País, no se puede dejar de tener en cuenta las posibilidades actuales y futuras del sector textil confecciones, el presente estudio tiene como base cuatro objetivos:

- a) Proporcionar información sobre la industria de confecciones del Perú, los EEUU y del resto del mundo.
- b) Ilustrar e impartir la metodología que se emplea para realizar elecciones estratégicas en cualquier segmento del mercado
- c) Crear una visión común de que el sector de la confección puede a largo plazo incrementar su competitividad y crecer.

Los pasos en la realización de este trabajo fueron los siguientes:

- a) Entrevistas a empresas de confecciones y textiles
- b) Recolección de datos , para discriminar el desempeño del sector
- c) Entrevistas con representantes de las empresas y representantes de gremios.

El estudio esta basado a partir del Sistema de Competitividad ,la estructura circular de este sistema sugiere un Ciclo de mejora continua . El Sistema de Competitividad esta compuesto por los siguientes elementos:

- 1.-Desempeño Sectorial: Análisis del desempeño de la industria a nivel internacional y local para una comprensión de la evaluación y tendencias ocurridas en su seno
- 2.- Evaluación de los objetivos de los sectores públicos y privados.
- 3.-Herramientas Gubernamentales: Política sectorial, Plan de Exportación
- 4.-Entorno Competitivo.- Factores de demanda, estrategia que las empresas deben asumir
- 5.- Categorías de Aprendizaje: Costos, Clientes, Posición relativa y Competencia

En la presente investigación para demostrar el marco metodológico se empleo ejemplos de un grupo de PYMES dedicadas a la exportación; así como a los procesos de subcontratación a partir del cual se debe tomar las decisiones estratégicas a nivel de empresa.

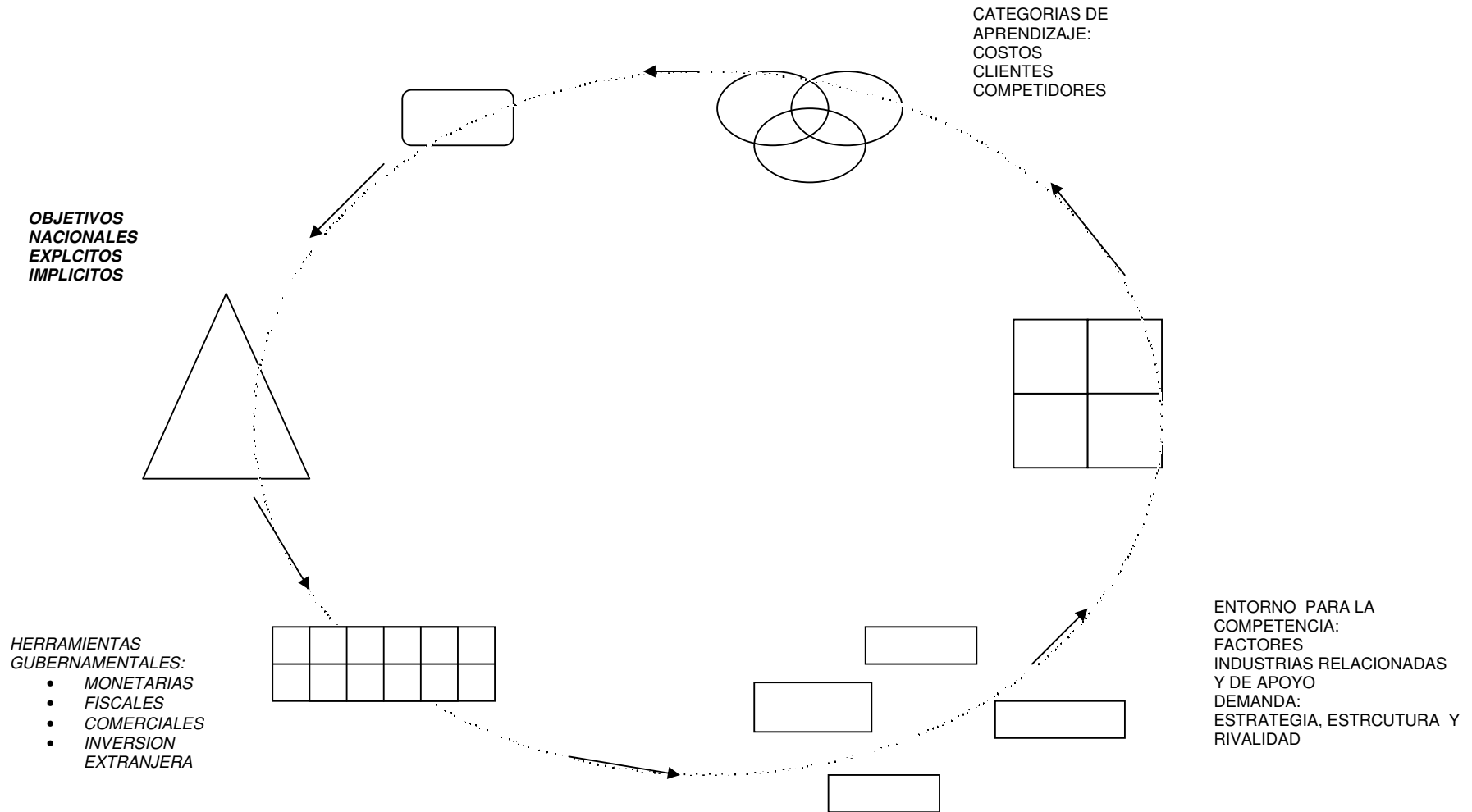


Como consecuencia de un legado histórico concreto en el pasado se selecciono estrategias inadecuadas, las opciones estratégicas han recurrido por lo general a una simple estrategia de supervivencia.

La industria de confección debería aprovechar la estabilidad económica actual, el aumento de la demanda y la tendencia global hacia el aprovisionamiento en América Latina, recurriendo a acciones estratégicas sofisticadas para maximizar su competitividad tanto a corto plazo como a largo plazo.

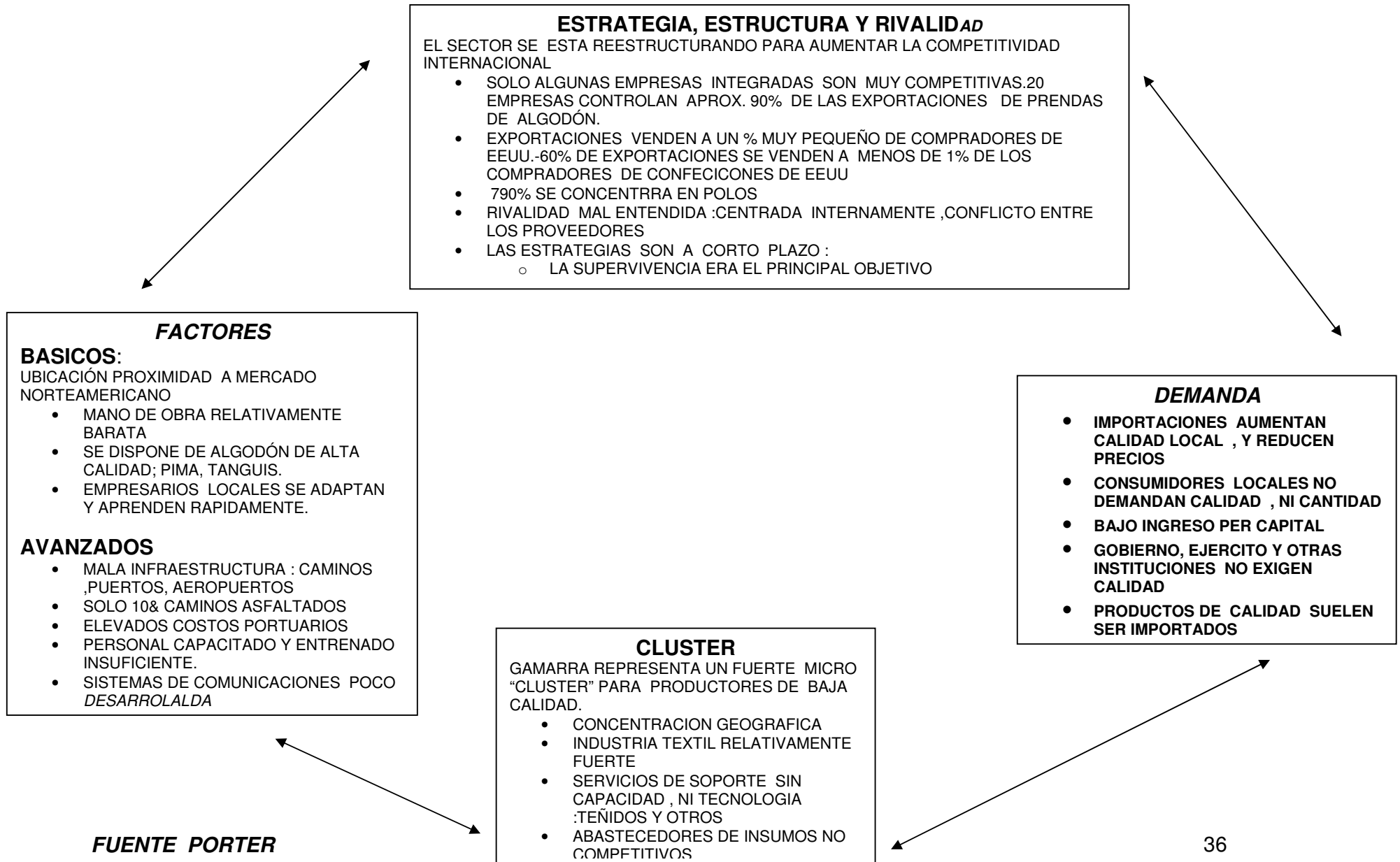
Tradicionalmente las empresas han sido sumamente dependientes de la calidad del algodón. Pero a pesar de la calidad, los algodones peruanos enfrentan varios sustitutos en el mercado y por consiguiente no se debe considerar la única fuente de ventaja.

**GRAFICO 8**  
**EL SISTEMA DE COMPETITIVIDAD**



*FUENTE: PORTER*

**GRAFICO 9 DIAMANTE DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR CONFECCIONES -PORTER**



### **3.11. ANÁLISIS FODA DEL SECTOR TEXTIL CONFECCIONES -PORTER**

#### **FACTORES BÁSICOS**

Ubicación: proximidad a mercado norteamericano

Mano de obra relativamente barata

Se dispone de algodón de alta calidad Pima, Tamguis

Los empresarios locales se adaptan y aprenden rápidamente

#### **FACTORES AVANZADOS**

Mala infraestructura: caminos, puertos, aeropuertos

2.-Solo el 10 % de los caminos se encuentran asfaltados

3.- Elevados costos portuarios

4.- Personal insuficientemente preparado

5.-Sistemas de Información poco desarrollado

6.- Alto costo del capital

#### **ESTRATEGIA ESTRUCTURA Y RIVALIDAD**

El sector se esta reestructurando para aumentar su competitividad internacional

Solo Algunas Empresas integradas son muy competitivas Internacionalmente

20 empresas controlan aproximadamente 80% de las exportaciones de prendas de algodón.

Exportadores Nacionales venden a un % muy pequeño de compradores de EEUU

60 % de las exportaciones de confecciones se vende a menos del 1% los compradores de EEUU.

La mayor parte de las empresas responde a la demanda en lugar de buscar nuevos compradores. Las estrategias son a corto plazo, y la supervivencia es el principal objetivo. Rivalidad mal entendida, conflicto entre los abastecedores.

### **DEMANDA**

Las importaciones de productos extranjeros han aumentado significativamente y sobre todo en el rubro textil

Consumidores locales no demanda Calidad, ni Cantidad

Bajo ingreso Per Capital

Los productos de Calidad suelen ser importados.

### **CLUSTER**

Gamarra represente un fuerte micro Clúster para productores de baja calidad.

Concentración Geográfica de productores facilita el intercambio

Industria Textil relativamente fuerte

Abastecimiento de Insumos no competitivos.

Gremios y asociaciones centrados en el papel del gobierno

Pocos centros de Formación especializada hacia la exportación

Altos costos de Inventarios

Escasez de instrumentos Financieros.

Las dos principales deficiencias de la plataforma radican en la debilidad del Cluster y de sus componentes estratégicos Un mejor aprovisionamiento de las telas es de vital importancia para el sector confecciones debido a que las principales diferencias en la calidad de sus productos provienen de los materiales y acabados utilizados .Se hace imprescindible hacer el análisis de la cadena de Algodón .

### 3.12..-SITUACIÓN DE LA CADENA DE ALGODÓN

La cadena productiva del algodón es la que tiene mayor eslabonamientos debido a la paulatina transformación productiva del insumo inicial , en este caso el algodón rama en algodón fibra a través de las desmotadoras y mediante procesos industriales en hilados , tejidos y finalmente confecciones hablando solo de la rama textil, que es el tema de investigación.

#### CUADRO # 5

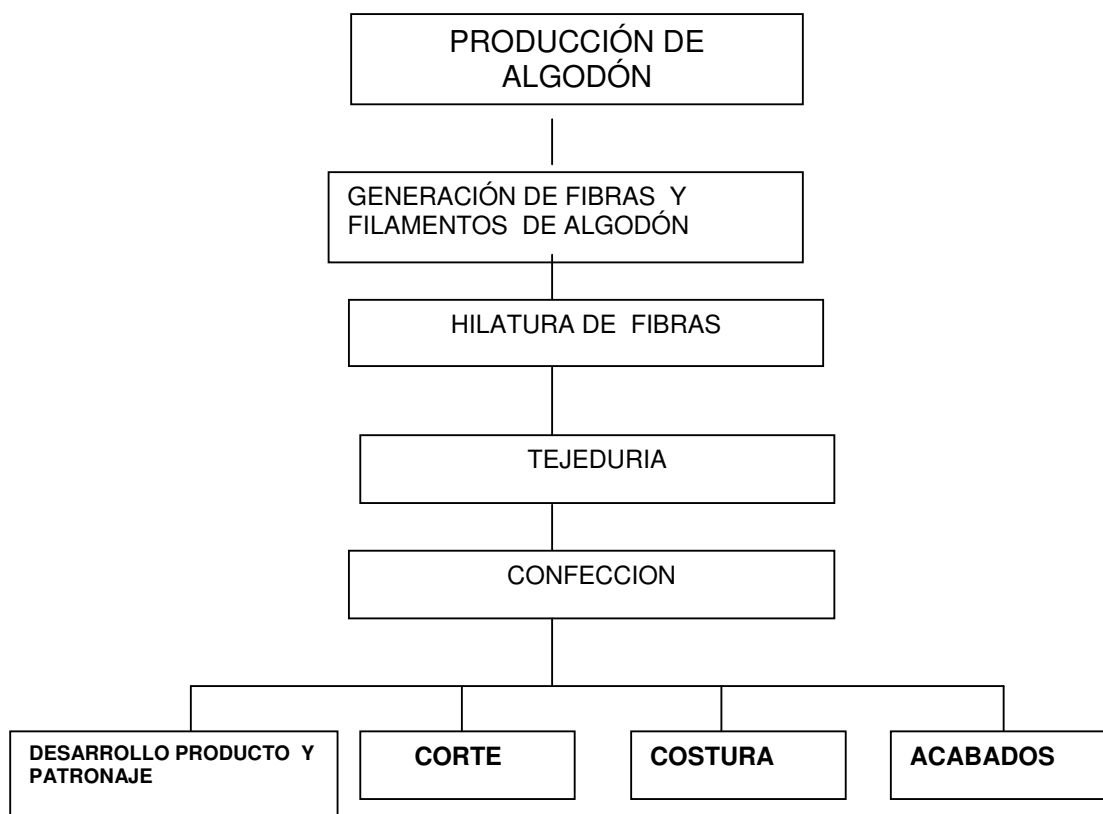
##### CARACTERÍSTICAS ENTRE EL ALGODÓN NORTEAMERICANO Y EL ALGODÓN TANGUIS

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	EEUU	PERU
NOMBRE DEL PRODUCTO	UPLAND/ALCALA (SJU)	TANGUIS
PRECIO COMERCIAL* :QUINTAL DE FIBRA	\$ 42-52	\$ 82 -92
PRECIO RECIBIDO POR PRODUCTOR QUINTAL FIBRA DE ALGODÓN	\$ 72 DETERMINADO POR EL ESTADO	\$69 - \$75 DETERMINADO POR EL MERCADO
SUBSIDIO AL PRODUCTOR /PERDIDA DEL PRODUCTOR :QUINTAL DE FIBRA	\$ 20 - \$30 FINANCIADO POR EL ESTADO	-\$ 7 POR EFECTO DEL PODER DEL MERCADO Y/O DUMPING

**FUENTE:** \* Es el precio que se pagara en el Mercado Internacional .Para los precios Norteamericanos se considera el Index A. Mientras que para el Mercado Peruano se Estima un premio de \$40 por quintal .**REVISTA AGRARIA # 42 –LIMA – CEPES ENERO 2003**

## GRAFICO # 9

### CADENA PRODUCTIVA DEL ALGODÓN SECTOR TEXTIL –CONFECCIONES



FUENTE: ALEX GIRON GORDILLO –INSTITUTO ESTUDIOS PERUANOS -UNIVERSIDAD  
UCAYALI - AGOSTO 2003 PAG. 7

### **3.13-ESTUDIO DEL MERCADO EXTERNO DE CONFECCIONES AMERICA LATINA.**

En la presente investigación **DESARROLLO DE LAS PYMES EN EL MERCADO EXPORTADOR – SECTOR CONFECCIONES**, refiere el análisis del mercado de exportación del sector. El crecimiento de las exportaciones y de las economías de América Latina y del Caribe, Ambas han crecido a fuerte ritmo en la segunda mitad de los setenta, pero el acontecimiento de la crisis dejó al descubierto las bases no sustentables de ese crecimiento. Los países de la región fueron aplicando drásticas reformas económicas, que llevaron consigo una apertura de las economías al Comercio Exterior. En concreto se espera impulsar el crecimiento aprovechando las oportunidades de los mercados externos, especialmente para los productos de manufactura.

Las estadísticas de producción y productividad, por un lado, y las de Comercio Internacional, permite seguir analizando la caracterización del fenómeno de reestructuración del aparato productivo, tras las reformas estructurales recientes.

Las mismas muestran con claridad que en el curso de estas dos últimas décadas se han ido consolidando en América Latina dos grandes modelos dominantes de especialización productiva y comercio. Cada uno de los dos modelos tiene en su interior rasgos propios del otro.

El primer modelo caracteriza a los países del cono sur de la región de Chile, Argentina, Brasil con tendencia hacia las actividades procesadoras de recursos naturales productoras de commodities industriales como son los aceites vegetales, la celulosa y papel, hierro y acero, harina de pescado etc.



Desde el punto de vista de la Organización de la Producción se trata de industrias intensivas en el uso de recursos naturales, en las que la producción se efectúa en plantas altamente automatizadas, con mucho capital y poco empleo de recursos humanos. Desde la perspectiva del Comercio Internacional se trata de sectores en los que la demanda mundial crece despacio y en los que la elasticidad de los precios o ingresos es baja.

Tecnológicamente hablando son industrias maduras en las que no hay mayores esfuerzos en términos de Ingeniería de diseño de nuevos productos, aunque sí los hay en materia de mejoras de procesos y organización de la producción (especialmente en temas de transporte, frío, funcionamiento de las terminales portuarias, packaging, etc). Distinto es el caso de México y de varios países más pequeños de América Central donde el patrón de especialización productiva ha ido gradualmente acentuando la participación relativa de industrias ensambladoras de aparatos electrónicos así como de vestuarios, básicamente dirigido al mercado Norteamericano,

Algunas de estas han operado bajo el régimen de maquila (Actualmente en plena transformación y cambio y otras no, pese a tratarse de plantas básicamente montadoras de insumos intermedios importados (DUSSEL, 2000; BUITELAAR 1999). En todos los casos intensivas en el uso de mano de obra.

En este campo el País ha avanzado de una manera muy eficiente como puede verse en los procesos de negociación que se han realizado con la Comunidad Andina, MERCOSUR entre otros Acuerdos bilaterales.

**3.13.1.-PERU**, se encuentra en el marco de 2 programas que otorga EEUU. Como es

- Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)
- La Ley de Promoción Comercial Andina y erradicación de la Droga.

Durante el periodo 1992 – 2000 las exportaciones andinas a los EEUU, en el marco del ATPA, se incrementaron en un 207 % lo cual representa un 14,3% del incremento de las exportaciones subregionales. Esto se ha traducido en una mejora en la producción 6,9% y aumento del empleo remunerado(7,7)%

El Perú viene participando de manera simultánea a complejas negociaciones a nivel bilateral, regional, hemisférico y multilateral. Esto implica planear alternativas que sean compatibles en los diferentes escenarios, que trasciendan los gobiernos de turno y defiendan los intereses permanentes del País. No solo se requiere la formación de equipos multidisciplinarios de excelente nivel en los sectores público, privado y académico, se necesita además una retroalimentación de información y propuestas, generando así un círculo virtuoso. La Política Exterior Común (PEC) de la Comunidad Andina se ha constituido en el instrumento idóneo para lograr una mayor presencia e influencia internacional, fortalecer la identidad y cohesión de la CAN, participar activamente en el proceso de integración latinoamericana, desarrollar y consolidar la democracia y del Estado de Derecho y promover el desarrollo sostenible de la Subregión, entre otros objetivos. Para ello, utiliza diferentes modalidades, como la adopción de posiciones comunes, acciones conjuntas y vocerías únicas; la coordinación regular entre las Misiones Diplomáticas y Representaciones de los países miembros ante terceros países y en organismos internacionales y eventuales.

### **3.13.2.-APEC**

El Foro de Cooperación Económica del Asia Pacífico (APEC), que actualmente tiene 21 miembros, se ha propuesto alcanzar un mercado libre y abierto en la región en el 2010 para las economías industrializadas y en el 2020 para los países en desarrollo. De los cinco países de la Comunidad Andina, Perú es miembro de este foro, al que también están gestionando su ingreso Colombia y Ecuador. Por su doble condición de miembro de la CAN y de APEC, se considera que Perú debería ser el interlocutor de los países andinos con los de Asia-Pacífico

### **3.13.3.-REFLEXIONES SOBRE EL ATPDEA**

La Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA, por sus siglas en inglés) es un régimen de excepción otorgado unilateralmente por los Estados Unidos al Perú, Bolivia, Colombia y Ecuador para apoyar la lucha contra el tráfico ilícito de drogas. Fue otorgada por primera vez el 4 de diciembre de 1991 ofreciendo ingreso libre de aranceles a cerca de 5,500 productos dónde no se encontraban incluidos, entre otros, los textiles y las confecciones. Venció el 4 de diciembre del 2001. El régimen tiene por objeto incentivar las exportaciones mediante el establecimiento de un mercado preferencial que genere fuentes de trabajo alternativas que apoyen la sustitución del cultivo de la hoja de coca y la reducción del narcotráfico. Luego de su vencimiento el 4 de diciembre del 2001,

**El Perú** buscaba en sus gestiones ante el Poder Ejecutivo y Legislativo de los EE.UU., alcanzar tres objetivos:

- 1) La renovación retroactiva del ATPA,
- 2) La ampliación a todos los productos excluidos (de particular importancia para el Perú, la inclusión de las confecciones textiles elaboradas con insumos regionales) y
- 3) Mantener las preferencias del ATPA a productos como el espárrago ya que existían constantes amenazas de retirarle los beneficios.

Luego de más de tres años de trabajo coordinado entre el sector público y privado, el Congreso de los EE.UU. aprobó un nuevo texto renovando y ampliando los beneficios del ATPA, que ahora pasará a ser llamada "Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga" (ATPDEA, por sus siglas en inglés). La firma del Presidente George W. Bush concretó el 6 de agosto del 2002 el texto en Ley definitiva, acabando así con la incertidumbre generada al no haberse renovado el mecanismo el 4 de diciembre del 2001. La aprobación de este ATPA renovado y ampliado constituirá una herramienta fundamental para fortalecer la seguridad nacional y el fortalecimiento de las instituciones democráticas, luchar contra la pobreza y servir como medio para el desarrollo económico de los países andinos.

## **ANTECEDENTES ATPA**

En el periodo de vigencia del antiguo ATPA, aproximadamente 65 % de las exportaciones andinas entraron a los EEUU sin arancel (bajo ATPA, SGP, arancel MFN). Aproximadamente entre 10% y el 18 % de las exportaciones andinas entraron a los EEUU bajo ATPA <sup>4</sup>. El ATPDEA renueva las preferencias arancelarias a los productos que se beneficiaban del ATPA de 1991, hasta el 31 de diciembre del 2006; es decir, desde el 7 de agosto del 2002 todos los productos que gozaban de los beneficios del ATPA anterior; gozan nuevamente de dicho trato preferencial y, adicionalmente, extiende dichos beneficios, desde el 1 de octubre del 2002 y previa designación como país beneficiario por el Presidente de los EE.UU., a nuevos productos que se detallan a continuación:

- Ingreso libre de aranceles a las prendas de vestir elaboradas con insumos regionales, hasta por un monto equivalente al 2%, en metros cuadrados, del total de prendas de vestir importadas por los EE.UU. del mundo, incrementándose cada año hasta llegar al 5% en el 2006 (en el 2001, las exportaciones de prendas de vestir de los 4 países andinos beneficiarios representaron, en metros cuadrados, menos del 0.88%, lo que da la posibilidad al menos de duplicar las exportaciones de dichos productos en el primer año de vigencia del programa),
- Ingreso libre de aranceles, sin limitación de cuota, a las prendas de vestir elaboradas con insumos de los EE.UU. (maquila),
- Ingreso libre de aranceles, sin limitación de cuota, a las prendas de vestir elaboradas con pelos fino elaboradas con pelos finos de alpaca, llama y vicuña.

- Ingreso libre de aranceles, sin limitación de cuota, al atún envasado al vacío en empaques flexibles ("tuna pouches", bolsas de aluminio por ejemplo). No recibe beneficios el atún en conserva.

Por otro lado, faculta al Presidente de los EE.UU. a determinar el ingreso libre de aranceles a los siguientes productos si determina que dichos productos no son sensibles para su industria nacional, en el contexto de las importaciones de ese país provenientes de los países beneficiarios. Luego de dicho análisis, los siguientes productos pueden ingresar al mercado estadounidense sin el pago de aranceles:

- Calzado,
- Petróleo o algún producto derivado del petróleo,
- Relojes y partes de relojes y,
- Carteras y maletines de mano, guantes de trabajo y confecciones de cuero.

### **3.13.3.1.-PRODUCTOS EXCLUIDOS DEL ATPDEA**

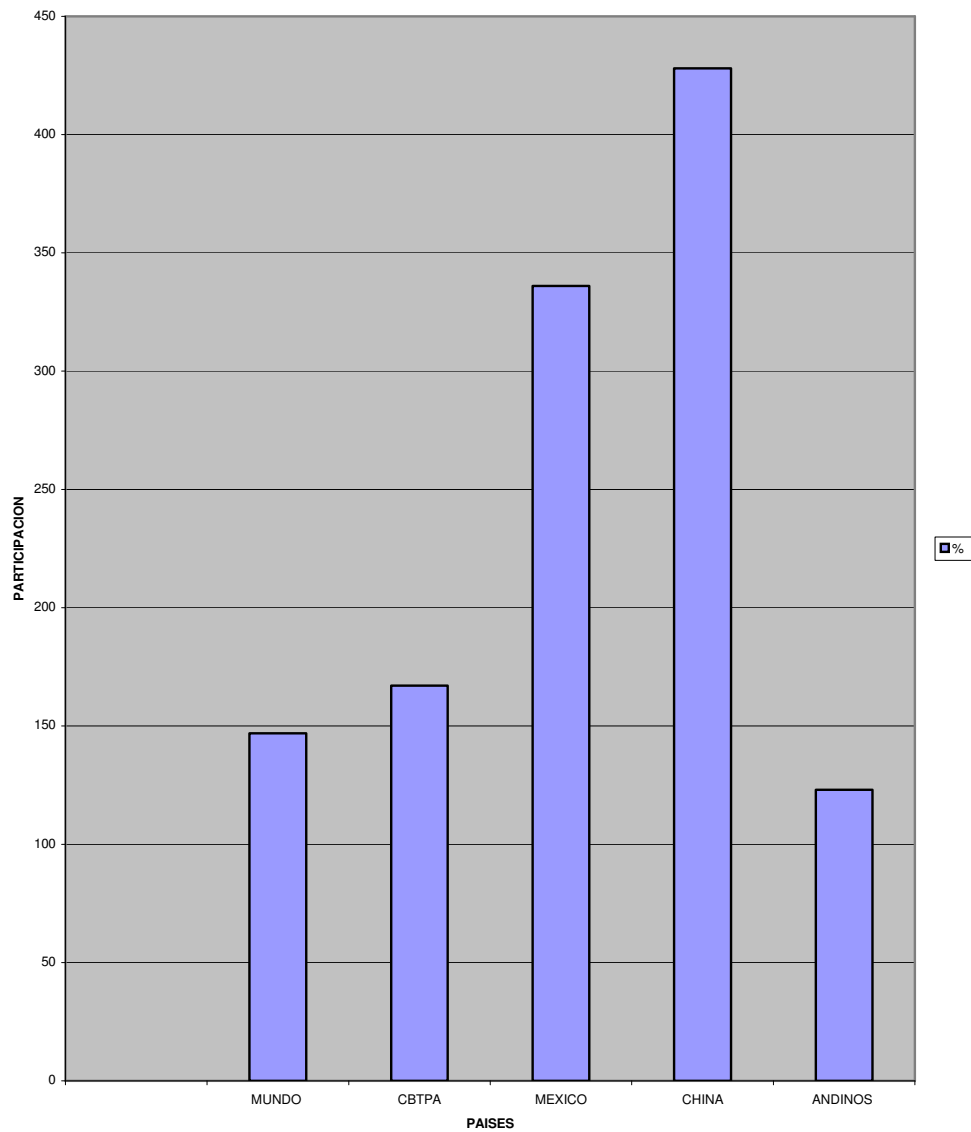
El tratamiento preferencial arancelario NO se extiende a los siguientes productos:

- Textiles (hilados y tejidos) y confecciones con excepción de las prendas de vestir (las prendas de vestir sí se benefician),
- Ron y Tafia (aguardiente de caña),
- Azúcar, concentrados líquidos y productos que contengan azúcar (ejemplo: almíbar, jarabes) excedidos de la cuota fijada.
- Atún preparado o preservado por cualquier medio en empaques al vacío (ejemplo: atún en conservas) con excepción del atún que se verá más adelante.

El ATPDEA ha sido aprobado retroactivamente al 4 de diciembre del 2001, por lo que los aranceles pagados por nuestros productos que se exportaron a partir de esa fecha hasta el 6 de agosto, del mismo año fueron devueltos a los importadores por las Servicio de Aduanas y Protección Fronteriza (Dpto. de Seguridad Territorial). El ATPDEA ha sido aprobado hasta el 31 de diciembre del 2006.

## GRAFICO # 10

### COMPORTAMIENTO ATPDA



ESCENARIOS DE INTEGRACIÓN Y COOPERACIÓN ECONOMICA DE ALAN FAIRLIE (EDITOR  
= DE FRIEDRICH EBERT STIFTUNG SERIE PERU 2001.



### 3.14.-LA PYME EN LA INDUSTRIA AMERICA LATINA–PARTICIPACION

#### PORCENTUAL

- Las Pymes no son un sector marginal en la actividad Industrial ,
- su peso en la estructura industrial no es siempre mayor en los países más *pequeños*.
- Diferentes definiciones de tamaño y peso de actividades con individualidades en países pequeños.

**CUADRO 6 - PYME AMERICA LATINA**

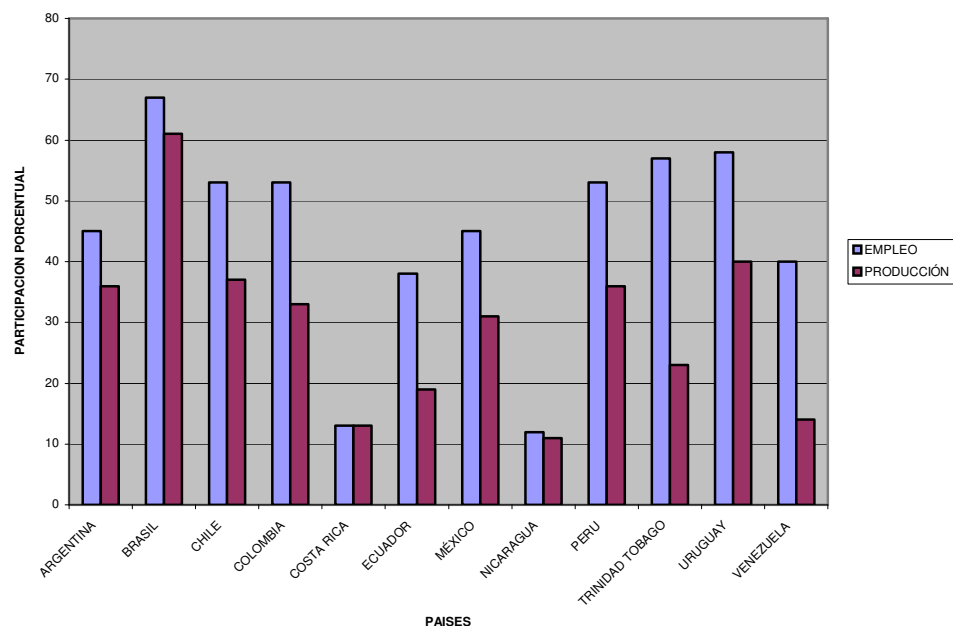
PAISES	EMPLEO	PRODUCCIÓN
ARGENTINA	45	36
BRASIL	67	61
CHILE	53	37
COLOMBIA	53	33
COSTA RICA	13	13
ECUADOR	38	19
MÉXICO	45	31
NICARAGUA	12	11
PERU	53	36
TRINIDAD TOBAGO	57	23
URUGUAY	58	40
VENEZUELA	40	14

**FUENTE CEPAL 2002**

- Aquí en este cuadro se analiza que las PYMES , no son un sector estancado en la dinámica industrial de sus Países
- Han participado en el crecimiento del sector y aumentan su presencia en algunos países.
- Han participado minimamente en la dinámica exportadora.

## GRAFICO 12

### LA PYME EN LA INDUSTRIA AMERICA LATINA



ESCENARIOS DE INTEGRACIÓN Y COOPERACIÓN ECONOMICA DE ALAN FAIRLIE (EDITOR  
= DE FRIEDRICH EBERT STIFTUNG SERIE PERU 2001.

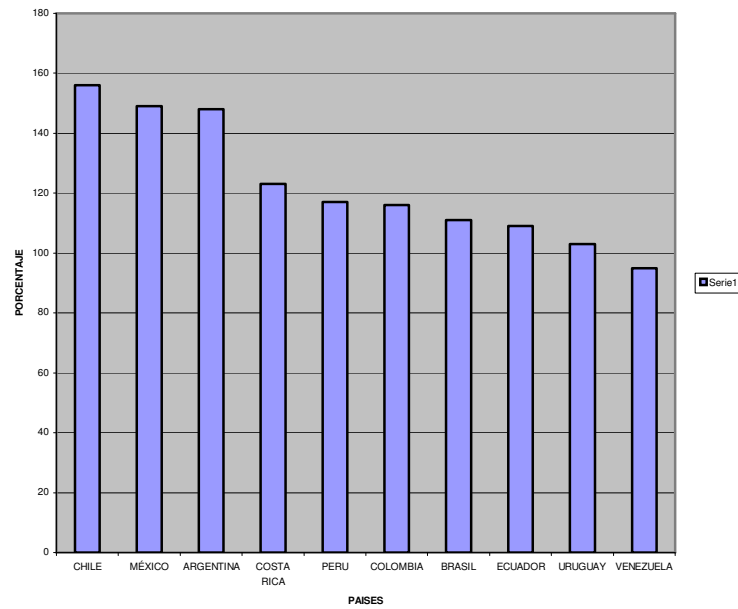
## CUADRO 7

### DINAMICA DE LA PRODUCCIÓN DE LA PYME

	AUMENTA PARTICIPACIÓN DE LAS PYMES EN LA PRODUCCIÓN INDUSTRIAL	DISMINUYE O PERMANECE CONSTANTE LA PARTICIPACION DE LAS PYMES EN LA PRODUCCIÓN INDUSTRIAL
AUMENTA PRODUCCIÓN DE LAS PYMES	ARGENTINA CHILE (1990-1996) MÉXICO	BRASIL COSTA RICA COLOMBIA ECUADOR PERU
DISMINUYE O PERMANECE CONSTANTE LA PRODUCCIÓN DE LAS PYMES	URUGUAY VENEZUELA	CHILE (1981 –1990)

## GRAFICO # 13

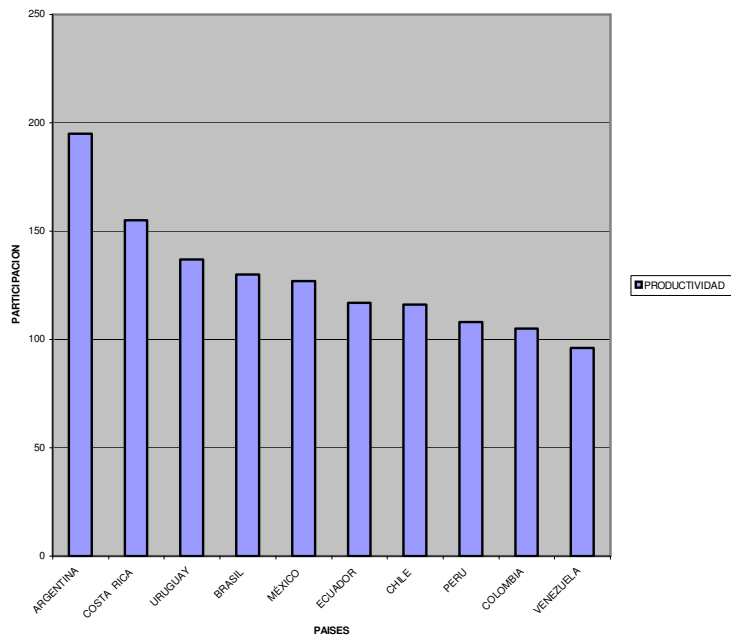
PRODUCCION PYME INDUSTRIAL AMERICA LATINA



FUENTE CEPAL 2003 NOVIEMBRE

## GRAFICO # 14

PRODUCTIVIDAD



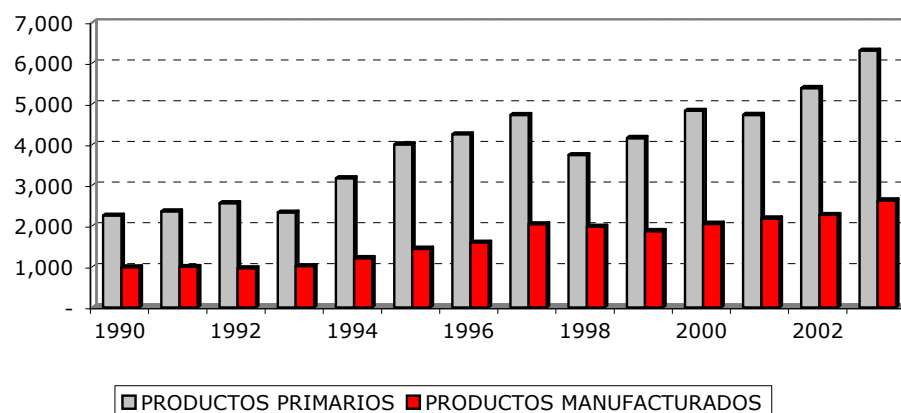
### 3.15. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE EXPORTACIONES TEXTILES CONFECCIONES

#### DINAMICA EXPORTADORA MUNDIAL MANUFACTURERA

La tasa promedio anual de las exportaciones textiles en el periodo 1990- 2001 no ha pasado de 3.2% mientras en confecciones ha sido de 5.5. %. Este lento crecimiento se refleja en una participación de apenas 3,3 % del total de exportaciones manufactureras para el ramo textil y de 4,4,% para el de confecciones. Entre 1991 y 2001, las tasas de expansión de las exportaciones mundiales textiles y confecciones reportaron comportamientos similares a los registrados por el total de industrias manufactureras y el conjunto de mercancías. No obstante, se observa un significativo crecimiento en el periodo 1995-1996 debido a la liberación parcial de las cuotas a la importación de confecciones en el mercado de EEUU.

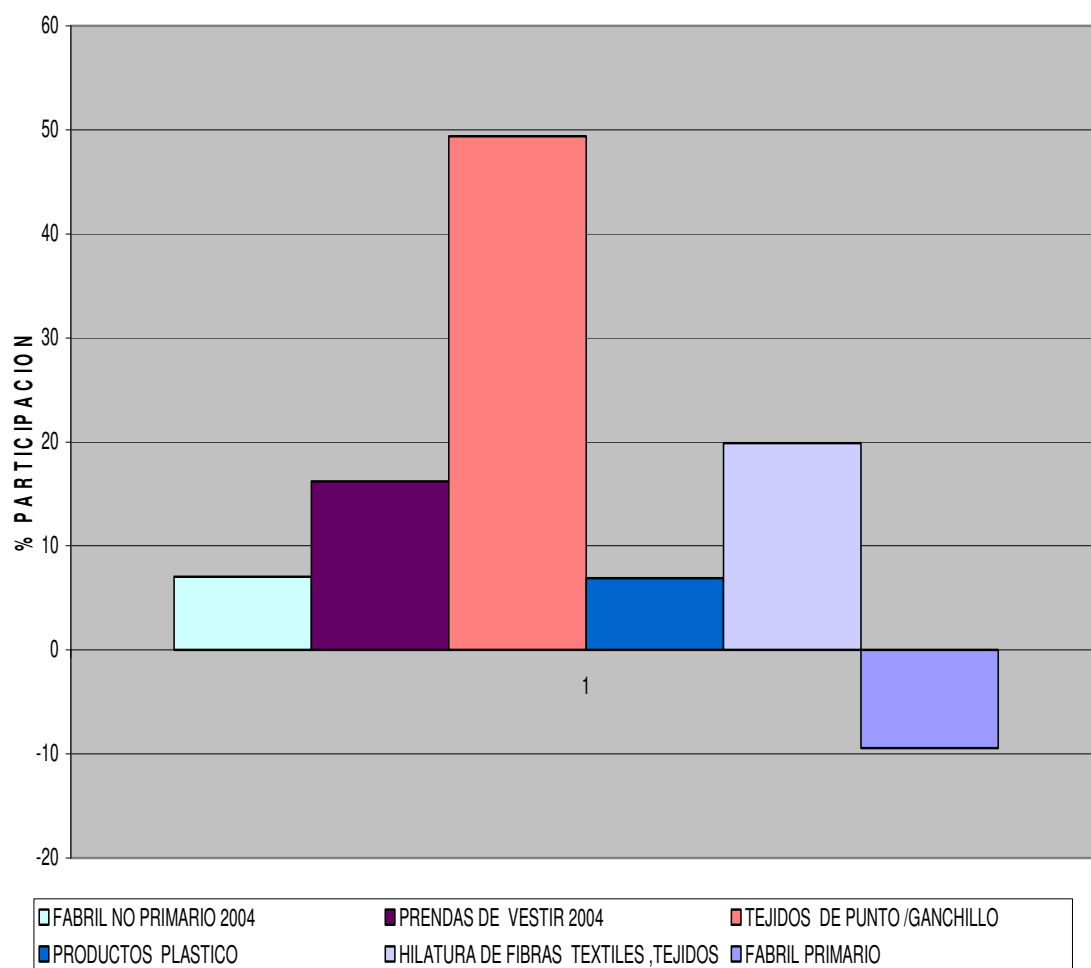
**GRAFICO 15**

**PERÚ: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES  
(Millones de US\$FOB)**



## GRAFICO 16

### PRODUCCION MANUFACTURERA



FUENTE : SUNAT 2004

### **3.16.-PATRONES Y TENDENCIAS**

**EEUU SOCIO PRINCIPAL** Las importaciones de Confecciones de algodón (Capítulo 61) de Perú han crecido desde el año '96 en 147%, siendo el segundo mayor crecimiento entre países de Latinoamérica, luego de El Salvador que creció en 202%.

Perú es el proveedor 24 de productos del capítulo 61 y el 7° latinoamericano después de México (1°), Honduras (4°), El Salvador (5°), Guatemala (9°), Rep. Dominicana (11°) y Costa Rica (23°).

#### **EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS - SETIEMBRE 2006**

Al cierre de septiembre, las exportaciones peruanas mostraron un comportamiento positivo al alcanzar los US\$ 2,119.9 millones, con lo cual se acumularon 4 años y 7 meses de sendos incrementos. Durante los primeros nueve meses del año, las exportaciones registraron un alza de 35.9%, lo que representó US\$ 4,408.1 millones adicionales con respecto a similar período de 2005. Las mayores ventas del periodo acumulado se explican por los incrementos de los despachos al exterior de productos tradicionales que registraron un crecimiento de US\$ 3,815.4 mientras que las exportaciones no tradicionales lograron avances de 19.1% y 13.3% en valor y volumen, respectivamente.

Los principales mercados de destino entre enero y septiembre del presente año fueron: Estados Unidos representando el 24.2% de las exportaciones totales, seguido por China (9.6%), Suiza (7.4%), Canadá (7.1%) y Chile (6.3%). Entre los más dinámicos destacaron: Georgia (US\$ 148 miles), Corea del Norte (7,138%), Ucrania (3,847%), Congo (1,942%) y Eslovaquia (1,356%). Durante el acumulado del año, se logró ingresar por primera vez a 6 mercados: Omán (US\$ 132,255), Mónaco (US\$ 32,134), Macedonia F.Y.R. (US\$ 26,687), Costa de Marfil (US\$ 24,732), British Indian Ocean Territory (US\$ 8,400) y a la isla del Pacífico Sur, Nauru (US\$ 5,478).

El sector textil – confecciones registro en septiembre 2006, exportaciones por US \$ 102,2 millones, con lo que se retrocedió 6.4%, respecto al mismo mes en el 2005. EEUU es el principal mercado con una participación del 59 % seguido por Venezuela ,11%, Chile 3%, Colombia 3% y Ecuador 2%.

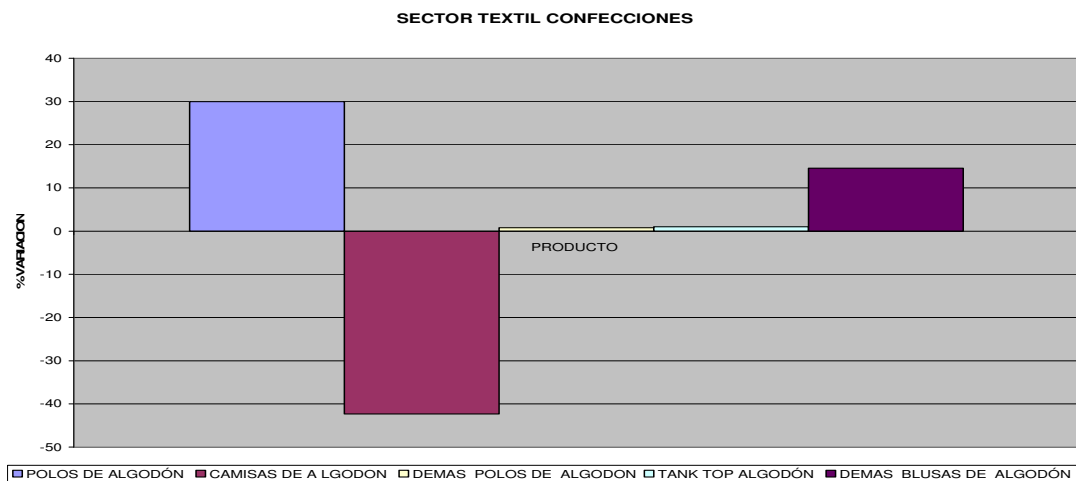
Los productos más importantes del sector son:

**POLOS DE ALGODÓN** .- Los envíos de este producto ascendieron a US\$ 14.5 millones, en septiembre y US\$ 150.7 millones en el periodo acumulado mostrando incremento de 30.3% y 7.5% respectivamente .Los destinos que requirieron mayor cantidad de estos productos fueron EEUU con el 86.7 % de lo embarcado , Venezuela 3,6% Canadá1, 6% Italia 1,2%.

**CAMISAS DE ALGODÓN.**-Las exportaciones de este tipo de camisas alcanzaron el US\$86.4 millones en los últimos nueve meses del año con un incremento de 6.9. % . Los mercados principales fueron EEUU con 80.9 %, Francia 9.7%, México 3,8 % Alemania 1.1% y Reyno Unido 0,9%

**DEMÁS POLOS DE ALGODÓN** Las ventas de este tipo de productos se incrementaron en 5 0.1% entre enero a septiembre de este año con un incremento de 6,9 % respecto del año anterior. Los mercados más importantes fueron EEUU 59,1%, Venezuela 31,4 % España 3,0% Chile 1,4 % Canadá 1%. En Diciembre del 2005 las exportaciones en este sector logro US\$ 109.1 millones lo que significo un ligero retroceso de 0,4% con respecto al mismo mes del 2004. En el periodo acumulado fue de 18% , y el valor exportado de US\$ 1,288 millones 7,5% de participación en las ventas externas totales. Las ventas externas este sector se dirigieron a 114 mercados, nueve mas que se registraron en el 2004, siendo los años importantes EEUU 63%, Venezuela (10%) Chile 3%, España 2% y Ecuador 2%.

**GRAFICO 17**



FUENTE: SUNAT SET 2006



**CUADRO # 8**  
**EXPORTACIONES DEL SECTOR TEXTIL CONFECCIONES**  
**(US\$ MILLONES FOB) 2004 -2005**

PRODUCTO	DICIEMBRE		VARIAC %
	2004	2005	
PRENDAS DE VESTIR	93.0	95.5	2.7
HILADOS	5.2	4.8	-7.3
TEJIDOS	3.6	3.7	1.8
FIBRAS	4.3	2.1	-49.8

FUENTE SUNAT 2005

**CUADRO # 9**  
**EXPORTACIONES SECTOR TEXTIL CONFECCIONES**  
**(US\$ )**

PRODUCTO	SEPTIEMBRE		
	2005	- 2006	VARIAC
POLOS DE ALGODÓN	11.2-	14.5	30.3
CAMISAS DEPUNTO	8.8	5.1	-42.3
DEMÁS POLOS DE ALGODÓN	7.3 -	7.3	0.8
TANK TOP DE ALGODÓN	4.9-	2.8	-43.3
DEMÁS BLUSAS DE ALGODÓN	3.6-	4.2	14.6
OTROS	73.5		-7.4
TOTAL	109.3		-6.7

FUENTE: SUNAT.SEPTIEMBRE 2006

### CUADRO #10

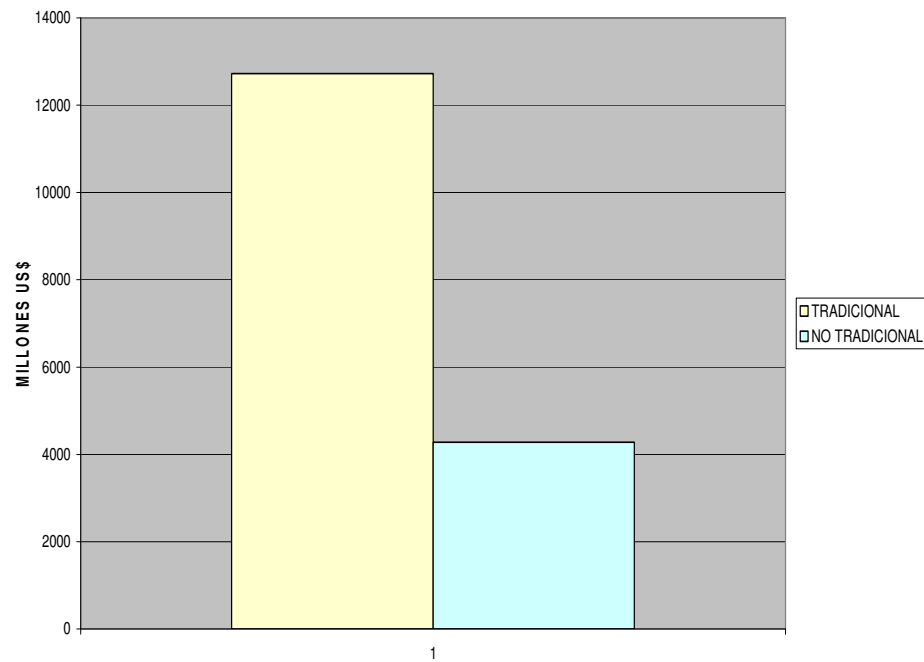
#### EXPORTACIONES TOTALES X VALOR AGREGADO 2005

TIPO DE PRODUCTO	FOB	VAR%
TRADICIONAL	12,721.0	37.8
NO TRADICIONAL	4279.6	22.7
TOTAL	17000.6	33.7

FUENTE SUNAT 2005

### GRAFICO 18

#### EXPORTACIONES TOTALES POR VALOR AGREGADO



FUENTE SUNAT

**CUADRO # 11**  
**EXPORTACIONES TRADICIONALES 2005**

<b>SECTOR</b>	<b>FOB</b>	<b>VARIAC %</b>
MINERO	9541.4	34.1
PESQUERO	1302.8	18.0
PETROLEO	1546.2	125.1
AGRICOLA	330.6	1.7
TOTAL	12721.0	37.8

FUENTE SUNAT

**CUADRO # 12**  
**EXPORTACIONES NO TRADICIONALES POR SECTORES -2005**  
**( MILLONES US\$ )**

<b>SECTOR</b>	<b>FOB</b>	<b>VARIAC %</b>
TEXTIL	1273.7	16.6.
AGROPECUARIO	1009.4	26.0
QUIMICO	535.0	29.5

FUENTE SUNAT 2005

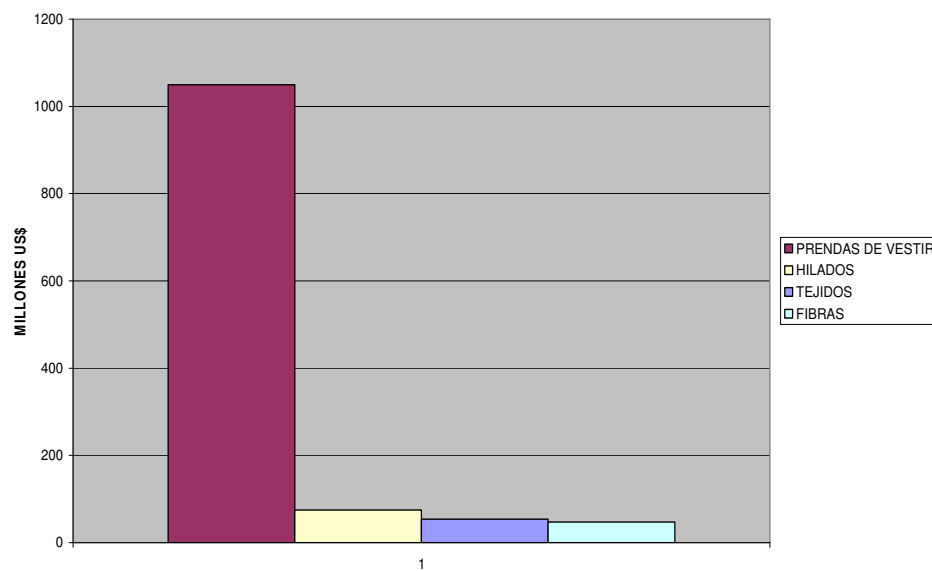
**CUADRO # 13**  
**TEXTIL EXPORTACIONES 2005- POR PRODUCTOS**  
**( MILLONES US\$ )**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>FOB</b>	<b>VARIAC%</b>
PRENDAS DE VESTIR	1049.6	19.8
HILADOS	74.8	0,7
TEJIDOS	54.2	11.8
FIBRAS	47.3	-1.7

FUENTE SUNAT-2005

## GRAFICO # 19

TEXTIL : EXPORTACIONES 2005 POR PRODUCTOS



## CUADRO # 14

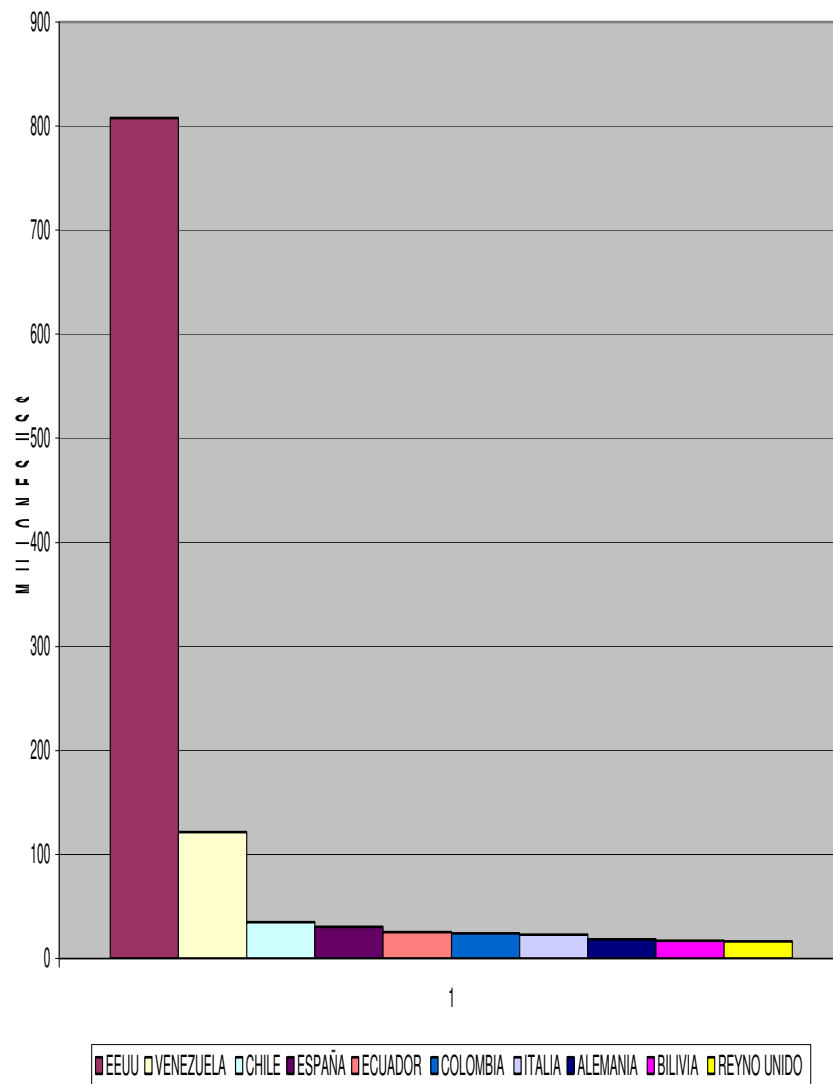
TEXTIL : EXPORTACIONES 2005 POR MERCADOS

MERCADO	FOB	VAR%
EEUU	807.8	14.4
VENEZUELA	121.6	73.1
CHILE	35.3	14.6
ESPAÑA	30.5	0.8
ECUADOR	25.4	-5,7
COLOMBIA	24.4	4,7
ITALIA	22.6	-18.6
ALEMANA	18.3	15.1
BOLIVIA	17,1	7.3
REYNO UNIDO	16.7	4.8

FUENTE SUNAT

## GRAFICO # 20

### TEXTIL : EXPORTACIONES 2005 POR MERCADOS



FUENTE SUNAT 2005

**CUADRO 15**

**EXPORTACIONES TOTALES POR BLOQUE ECONOMICO 2005**

**MILLONES DE US\$**

MERCADO	2005	VARIAC	PARTICIPACION
NAFTA	6527.0	53.1	38.4
ASIA	3252.3	32.3	19.1
UNION EUROPEA	2837.2	-8.1	16.7
CAN	1092.0	37.2	6.4
MERCOSUR	513.0	27.2	3.0

FUENTE SUNAT 2005

**GRAFICO # 21**

EXPORTACIONES TOTALES POR BLOQUE ECONOMICO 2005



FUENTE SUNAT

### **3.16.1. MERCADOS POTENCIALES :**

**CALIFORNIA** .-concentra 12% de la población total de EEUU y 34% de la población en este estado es Hispana , contando para ello con el Puerto de los Ángeles, principal puerto de la Costa Oeste concentrando el 17% de las importaciones de EEUU . El ingreso Per cápita es de 33,200, \$ 2, 000 mas por encima del promedio de EEUU , hay que considerar otros importantes puertos como son los de ; San Francisco (4<sup>1</sup> cuarto puerto de EEUU) San Diego ( 14<sup>0</sup> puerto )

**LA FLORIDA** concentra 5,5,% de la población total , y 8 % de la Población Hispana de EEUU(2.4. millones ), tienen un mercado potencial donde ingresan 2.3% d las importaciones de los EEUU , mas de las 3,3, veces las exportaciones totales peruanas .

**NUEVA YORK** .- Concentra el 6,6% de la Población total 9% de la población hispana de EEUU , el Puerto de Nueva York considerado el principal de la Costa Este ,concentrándose 12% de las importaciones de EEUU su ingreso per capital 35,600 el mas alto del promedio EEUU.

**TEXAS** Concentra el 7.3 % de la población total norteamericana, contando con una población Hispana de 19% total de EEUU (5.8 millones) el ingreso per. capital es de 32,470 cercano al promedio norteamericano.

### **3.16.2.EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO**

El Perú busca afirmar y proyectar una presencia internacional en un mundo cada vez más globalizado e interdependiente. En este contexto resulta particular importancia para el Perú optimizar al nivel económico y financiero mas alto sus relaciones con los EE.UU.

Esta necesidad del Estado Peruano no solo se sustenta en el gran liderazgo e influencia que ejerce este País en el Mundo sino en su condición de ser el principal socio comercial con nuestro País, en su importancia de fuente de inversiones extranjeras y en su activo rol en el plano de la cooperación Internacional

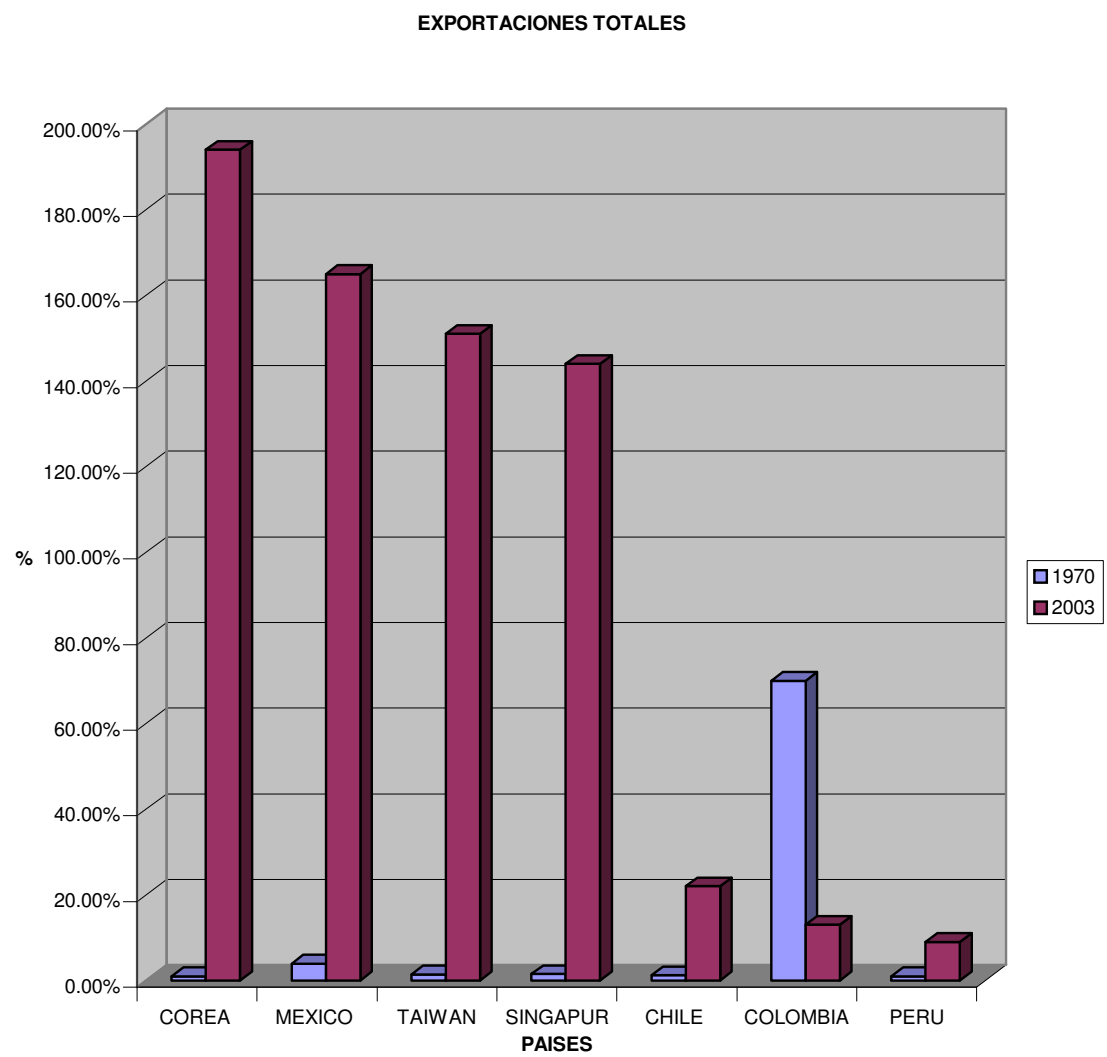
El TLC permitirá colocarnos en uno de los más importantes mercados del mundo ante un reto publico y privado se necesita incrementar la oferta exportable, necesitamos adaptar nuestras cadenas productivas a la Oferta Mundial. Este proceso involucra a toda la sociedad en su conjunto , a los empresarios , trabajadores, a la sociedad civil , las instituciones académicas que deben lograr fortalecer la relación Universidad Empresa y a los partidos políticos que deberán refrendar con su representantes este acuerdo .El reto del TLC. Es coadyuvar al logro del crecimiento y desarrollo de los países de la subregión a la creación de empleo a la lucha contra los cultivos ilícitos y al apoyo de la gobernabilidad democrática. El Perú se ha quedado detenido en el tiempo con respecto a otros países como Corea, Taiwán o Chile , que en 1970 exportaba casi lo mismo que nosotros y que hoy nos han sacado una enorme ventaja( cuadro adjunto ).



Además el mercado norteamericano es uno de los más importantes del mundo. el 25% del PBI mundial y el 18 % de las importaciones mundiales pertenecen a EEUU. Un dato importante es que el 84% de sus importaciones son de productos manufacturados , allí tenemos una gran oportunidad , y así lo han entendido las empresas exportadoras a EEUU que en 10 años (1994-2004 ), se han duplicado pasando de 1260 a 2,500 ,igualmente la relación entre las exportaciones primarias y las manufacturadas a ese país se ha invertido en unos pocos años . EEUU ha entregado al equipo negociador del TLC en forma unilateral y transitoria a través del ATPDEA, volviéndolas permanentes.

La Negociación nos da la oportunidad de constituir un acuerdo integral , donde no solo se negocia aranceles , sino también una serie de reglas para la promoción y la protección de las inversiones , los servicios , las compras gubernamentales , los derechos de propiedad intelectual , asuntos laborales entre otros .Perú busca fortalecer su integración al mundo vital para el desarrollo de la economía pequeña como la nuestra , incrementar los flujos de inversión, tanto extranjera como nacional generar mayor eficiencia económica a través de la asignación mas conveniente de los factores de producción , mejorar la calidad de vida de los peruanos a través de los precios mas bajos para los consumidores , mayor variedad y calidad de productos y crecimiento en la cantidad y calidad del empleo . Para todos estos escenarios futuros debemos tener muy en cuenta las cifras que nos permitan medir el cumplimiento de los objetivos que tiene que ver con la mejora de la Calidad de Vida de todos los peruanos .

**GRAFICO # 22.--TRATADO DE LIBRE COMERCIO PARTICIPACIÓN DEL PERU**



FUENTE MINCETUR 2004 MAYO

### **3.1.6.3.-UNION EUROPEA**

Durante los últimos quince años , el sector textil de la confección europeo ha experimentado una importante reestructuración han adelantado considerablemente e n su proceso la modernización , incrementado la productividad y reorientando la producción hacia productos de mayor calidad y con un alto grado de innovación pero esto ha implicado una reducción de aproximadamente un tercio de la fuerza de trabajo ocupada en el sector . De hecho una parte de las actividades del sector en Europa (aquellas mas intensivas en mano de obra) se ha desplazado hacia productores de los países del este de Europa (básicamente Polonia y Rumania )o del norte de África( Marruecos y Túnez ) .Este proceso se ha producido al margen del fenómeno de la globalización , cada vez mas productores textiles de los países europeos tienen que competir con países en vías de desarrollo , situación mayoritariamente en el sudeste asiático , que combina un bajo nivel salarial con una alta calidad de sus productos obtenida a través de la importación tanto de maquinaria de ultima generación como de know- how de los países adelantados . Además esta competencia será cada vez mas fuerte como consecuencia del proceso de liberación del comercio de los productos textiles iniciados en 1995 con la entrada del sector a la Organización Mundial de Comercio este proceso que se espera que se finalice en el 2005 .

Se Acabara con las restricciones (cuotas), a que se enfrentan países como China, la India o Indonesia para exportar hacia los mercados Americanos y europeos.

Una característica importante del sector en Europa es su concentración territorial.

En gran parte de los Estados de la Unión Europea hay regiones donde el peso del sector textil es importante, la prosperidad esta vinculada a la evolución del sector

Desde el punto de vista de los expertos y de los agentes empresariales / sectoriales el futuro del sector en Europa dependerá en gran parte de la Capacidad de los negociadores de Unión Europea .ACTE agrupa a la gran parte de las colectividades textiles europeas, mas de 50 territorios de 7 países europeos, lleva 123 años trabajando de forma de implementar los ajustes que posibiliten un escenario para el 2005. Esta estrategia se subdivide en las siguientes etapas:

Delimitación del ámbito del análisis ;Caracterización de los ámbitos; definición de los Planes Estratégicos Es importante señalar la región donde esta sectorizado su potencial .Una herramienta importante es la especialización del subsector textil y se ha evitado la duplicidad de esfuerzos, Unión Europea viene definiendo sus políticas Industriales partiendo del análisis de la estructura empresarial del sector, y que tipo de relaciones predominantes existe entre las empresas no solo del sector textil y de otros sectores vinculantes

El sector de productos no tradicionales más dinámico es el sector Confecciones. Dentro de este sector los polos o T-Shirts juegan un papel muy importante. Por tal razón mostramos enseguida información sobre la exportación de este producto a los países de la Unión Europea. Presentamos a los importadores y exportadores más importantes.

**CUADRO 16**  
**PRINCIPALES EXPORTADORES DE POLOS DE ALGODÓN A LA UNION EUROPEA AÑO 2002**

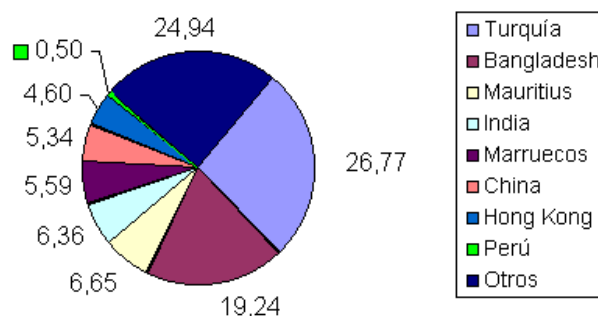
	<i>Alemania</i>	<i>Inglaterra</i>	<i>Francia</i>	<i>Holanda</i>	<i>Italia</i>	<i>Bélgica</i>	<i>España</i>	<i>Suecia</i>	<i>Otros</i>	<i>Total Importación</i>
<i>Turquía</i>	325.932	157.412	70.199	71.620	33.333	31.575	14.054	29.106	40.029	773.260
<i>Bangladesh</i>	125.267	83.823	82.116	66.752	34.603	74.248	15.079	27.774	45.750	555.412
<i>Mauritius</i>	13.382	68.736	69.405	4.236	15.869	19.574	2.793	1.232	1.922	197.149
<i>India</i>	48.959	34.463	27.823	22.728	11.833	6.456	6.726	7.832	18.580	185.400
<i>Marruecos</i>	39.506	33.023	65.128	85	625	8.811	20.285	19	207	167.689
<i>China</i>	22.607	40.155	8.544	14.806	26.382	3.613	14.740	11.409	13.889	156.145
<i>Hong Kong</i>	35.749	52.730	3.183	14.992	3.037	1.608	1.681	9.940	8.601	131.521
<i>Perú</i>	3.206	1.059	1.547	1.711	800	1.347	4.912	13	225	14.820
<i>Otros</i>	35.696	52.729	3.083	14.132	2.843	1.607	1.534	9.956	3.376	124.956
<b><i>Total Exportación</i></b>	<b>650.304</b>	<b>524.130</b>	<b>331.028</b>	<b>211.062</b>	<b>129.325</b>	<b>148.839</b>	<b>81.804</b>	<b>97.281</b>	<b>132.579</b>	<b>2.306.352</b>

FUENTE: ORGANIZACIÓN MUNDIAL D E COMERCIO MARZO 2003

En el gráfico siguiente mostramos los países exportadores más importantes. Destaca Turquía; que se ha transformado en uno de los proveedores de confección más importantes hacia la Unión Europea. China y Hong Kong . Perú casi no tiene presencia en este segmento de mercado

**GRAFICO 23**

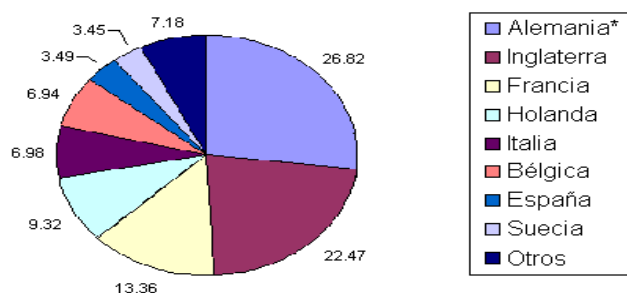
**Principales países exportadores a la Unión Europea (2003)**



El siguiente gráfico demuestra que Alemania y Francia son los dos países importadores más importantes de la Unión Europea en lo que se refiere a polos de algodón. Siguen Francia y Holanda. Turquía es el proveedor más importante de Alemania, Inglaterra y varios otros países. Sería provechoso que los exportadores peruanos estudien calidad, precios y logística de sus competidores turcos.

**GRAFICO 24**

**Principales países importadores de la Unión Europea (2003)**



FUENTE : PRODUCE 2003

#### **3.16.4.-CHINA**

Las importaciones de textiles y confecciones provenientes de Asia han pasado de US\$ 92,3 millones en 1999 a 167,2 millones en el 2002. Esta evolución se explica principalmente por el crecimiento vertiginoso de las importaciones de confecciones, al haberse triplicado entre 1998 y el 2002, pasando de apenas US\$ 20,5 millones en 1999 a US\$ 62,8 millones en el 2002 concentrando China el 90 %.

La velocidad de expansión de las importaciones de confecciones asiáticas desborda el 45 % por año entre 1999 y el 2002, con China expandiendo su penetración a un ritmo mayor al 64 %. La aplicación de salvaguardas a las confecciones chinas sólo habrían tenido un efecto parcial en la restricción del ingreso de las importaciones de prendas de vestir a costos excesivamente bajos frente a los productos nacionales, revela un estudio del Centro de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima. Según el análisis las menores adquisiciones de confecciones chinas, han sido reemplazadas casi en un 50% por la oferta de países del sur este asiático, como Malasia e Indonesia.

Las exportaciones peruanas a China crecieron 57,8% en el periodo enero – septiembre del 2006, registrando el sector tradicional un crecimiento de 59%, destacando las ventas de minerales (cobre, hierro y plomo), así como de harina de pescado. Según Prompex del Perú, las ventas no tradicionales se incrementaron en 23.3%, destacando las exportaciones del sector pesquero y agrario, seguido del metalmecánica y Siderometalúrgico.

Los productos no tradicionales que más se exportaron a China fueron potas congeladas; filetes de anguila; filetes de pescado; moluscos en conservas; maíz blanco; tomates preparados o conservados; tubos soldados; modelos para máquinas, navajas. En cuanto a Hong Kong, en el periodo enero – septiembre del presente año, las exportaciones peruanas que destacan son la harina de pescado, tablillas y frisos, uvas, aletas de tiburón, hilados de pelo fino, hilados retorcidos, peces ornamentales, pescado secos, entre otros.

### **CUADRO # 17**

#### **BALANCE DEL COMERCIO ENTRE CHINA Y PERU 1990 -2001-MILLONES DE DOLARES**

AÑO	VAL/TOTAL	EXPORT	IMPORT	DEFICIT
1990	40.40	10.94	29.46	18.52
1991	184.82	24.01	160.81	136.80
1992	229.88	35.76	194.12	1558.36
1993	310.69	61.58	249.11	187.53
1994	470.77	86.48	384.29	297.81
1995	605.15	145.63	459.52	313.89
1996	655.86	138.30	517.56	379.26
1997	718.54	97.62	620.91	523.29
1998	395.39	107.26	288.13	180.87
1999	440.75	130.79	309.96	179.17
2000	704.59	144.33	560.26	415.93
2001	674.59	176.56	498.04	321.48
<b>TOTAL</b>	<b>5431.13</b>	<b>1159.26</b>	<b>4271.88</b>	<b>3112.89</b>

FUENTE:PRODUCE-MARZO-2002

Principalmente, China exporta al Perú artículos de industria ligera, maquinarias y equipos, productos químicos, textiles, confección de prenda y accesorios, aparatos electrónicos, coque, medicamentos, equipos e instrumentos médicos y herramientas, etc. Las principales exportaciones peruanas son harina de pescado, mineral de hierro, cobre y forraje.

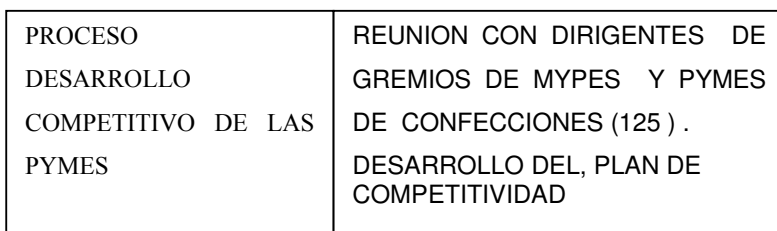
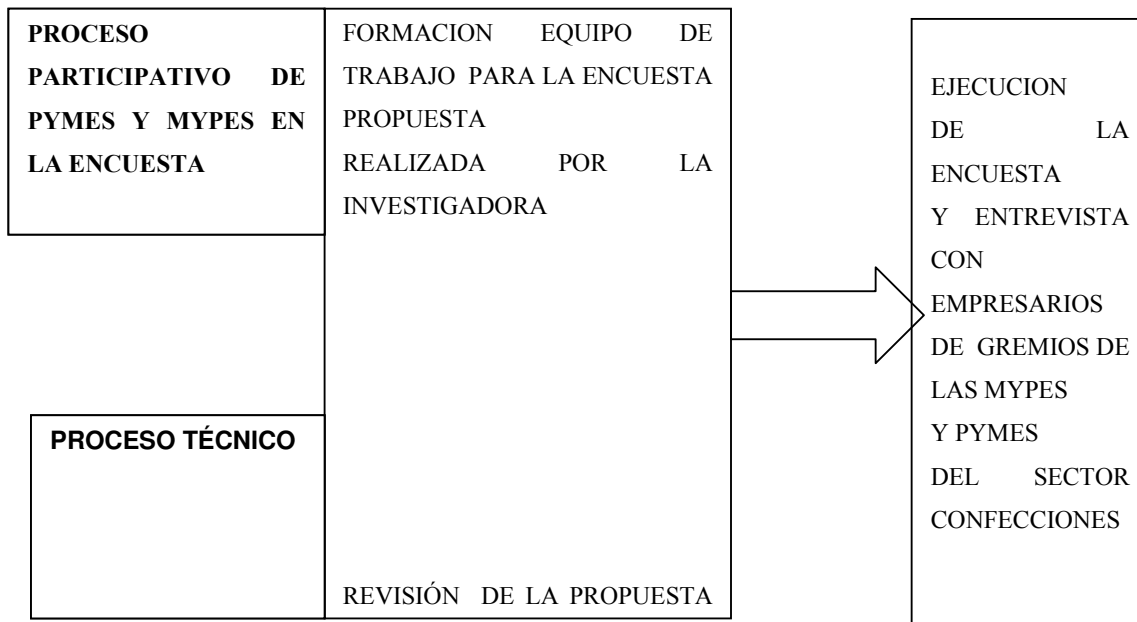


## CUADRO # 18

### CAPITULO IV: DISEÑO METODOLOGICO

#### PROCESO METODOLOGICO DEL PLAN DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES D E CONFECCIONES

##### VALIDACIÓN



**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

#### **4.1. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

El presente estudio es de carácter exploratorio y descriptivo y se basa en datos seleccionados de una muestra de pequeños y micro empresarios del sector Textil – confecciones, habiendo sido entrevistados 125 empresa y representantes de Gremios de las PYMES.

La encuesta DESARROLLO EMPRESARIAL (ANEXO # 3) fue llevada a cabo de la siguiente manera:

- El trabajo se inicio con una reunión con los representantes de los gremios de los distritos seleccionados en la presente investigación (Cuadro # 19)
- Se Evaluó y selecciono el segmento de mercado sobre el cual se trabajo, de acuerdo al sector y los conglomerados, donde hay la presencia de empresas pymes y mypes del sector confecciones
- Se visitaron Talleres de confección en donde se entrevisto al dueño de la empresa, así como a los supervisores de producción
- Se realizo un diagnostico de producción sobre los talleres de Confecciones, seleccionados con la finalidad de identificar las fortalezas y debilidades respecto a los requerimientos mínimos necesarios para el logro de los objetivos planteados en el presente estudio .

#### **4.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

La presente investigación es una aproximación exploratoria de nivel descriptivo, desde esta perspectiva del enfoque integrado de Competitividad en el sub. Sector TEXTIL – CONFECCIONES

**ALCANCE :** La investigación se centralizó en la Región Geográfica del Departamento de Lima., Zona de Villa el Salvador , Caquetá, Conglomerado de Gamarra, Polvos Azules así como a representantes de Gremios empresariales de las pequeñas y micro empresas del subsector textil confecciones .

#### **4.3 PROCEDIMIENTO DE CAMPO**

La aplicación de la entrevista en profundidad se realizó durante los meses de noviembre y diciembre del 2003; y Enero, febrero y Marzo 2004 la entrevistadora fue la misma investigadora.

**CUADRO 19**

#	REPRESENTANTES MYPES /PYMES	
	GREMIO	CANTIDAD
1	ADEX	02
2	PROMPYME	01
3	ACOGAMA	02
4	SOC. DE CONSORCIOS	02
5	PATRONATO GAMARRA	02
6	POLVOS AZULES	05
7	MECADO CENTRAL	04
8	SOCIEDAD NACIONAL DE CONFECCIONISTAS	03
09	APEGA	02
	RPTE DUEÑOS DE GALERIAS	02
10	EMPRESARIOS MYPES /PYMES EXPORTADORES	100

FUENTE FICHAS DE DESARROLLO ENMPRESARIAL

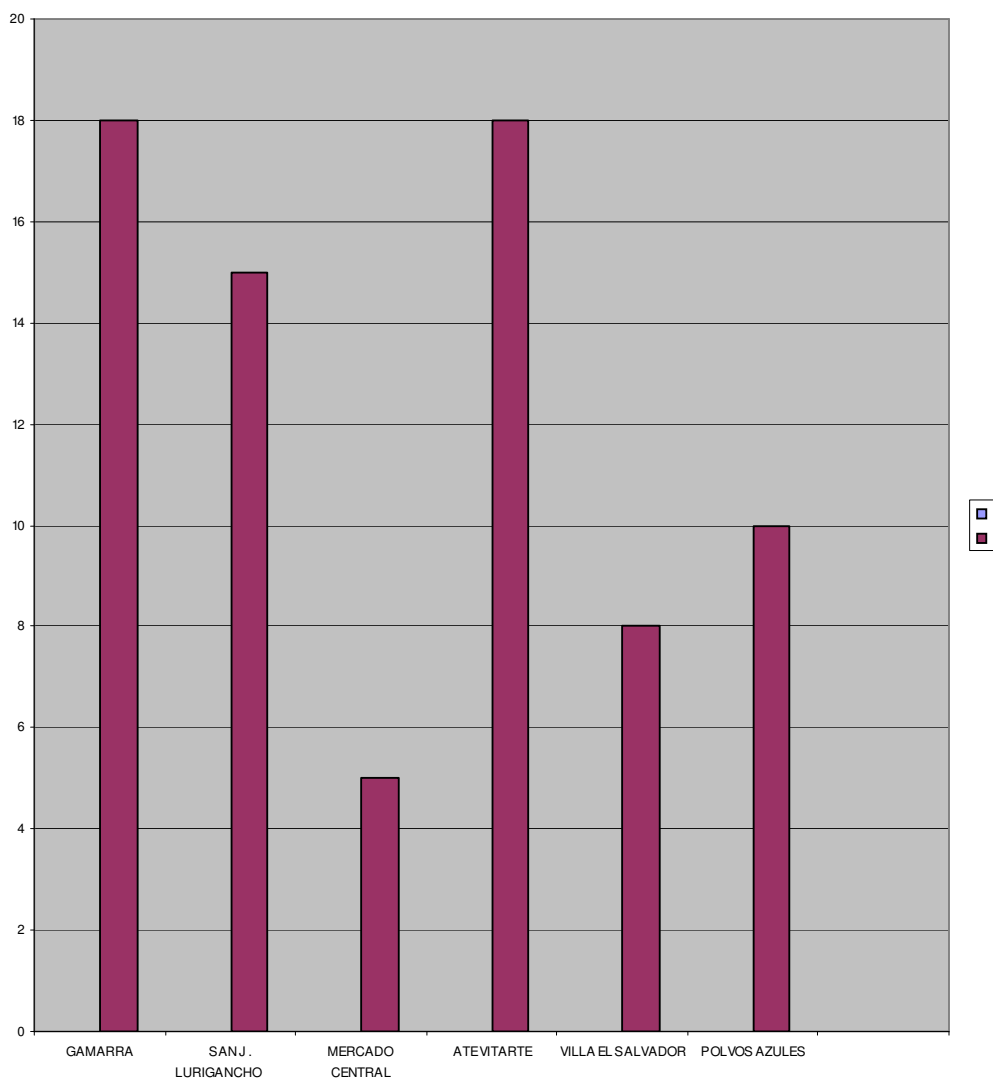
## GRAFICO # 25

### REPRESENTANTES DE MYPES /PYMES CONFECCIONES



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

**GRAFICO 26 – MUESTRA LOCALIZACIÓN EMPRESAS EXPORTADORAS  
/SUBCONTRATADAS**



**ENCUESTA DE DESARROLLO EMPRESARIAL –BASE DATOS**

## **CAPITULO V.-MODELO PROPUESTO DE COMPETITIVIDAD**

### **5.1- METODOLOGIA DEL PLAN DE COMPETITIVIDAD**

El concepto de **Competitividad Sistémica** , se caracteriza por reconocer que un desarrollo industrial exitoso no se logra a través de una función de producción en el nivel micro o de condición macroeconómicas estables en el nivel macro, sino también en la existencia de medidas específicas de gobierno y de organizaciones privadas de desarrollo orientadas a fortalecer la competitividad de las empresas (nivel mezo). Además , la capacidad de vincular las políticas mezo y macro esta en función de un conjunto de estructuras políticas , económicas y de un conjunto de factores socioculturales y patrones básicos de organización (nivel meta ) .

Los elementos de competitividad sistémica son:

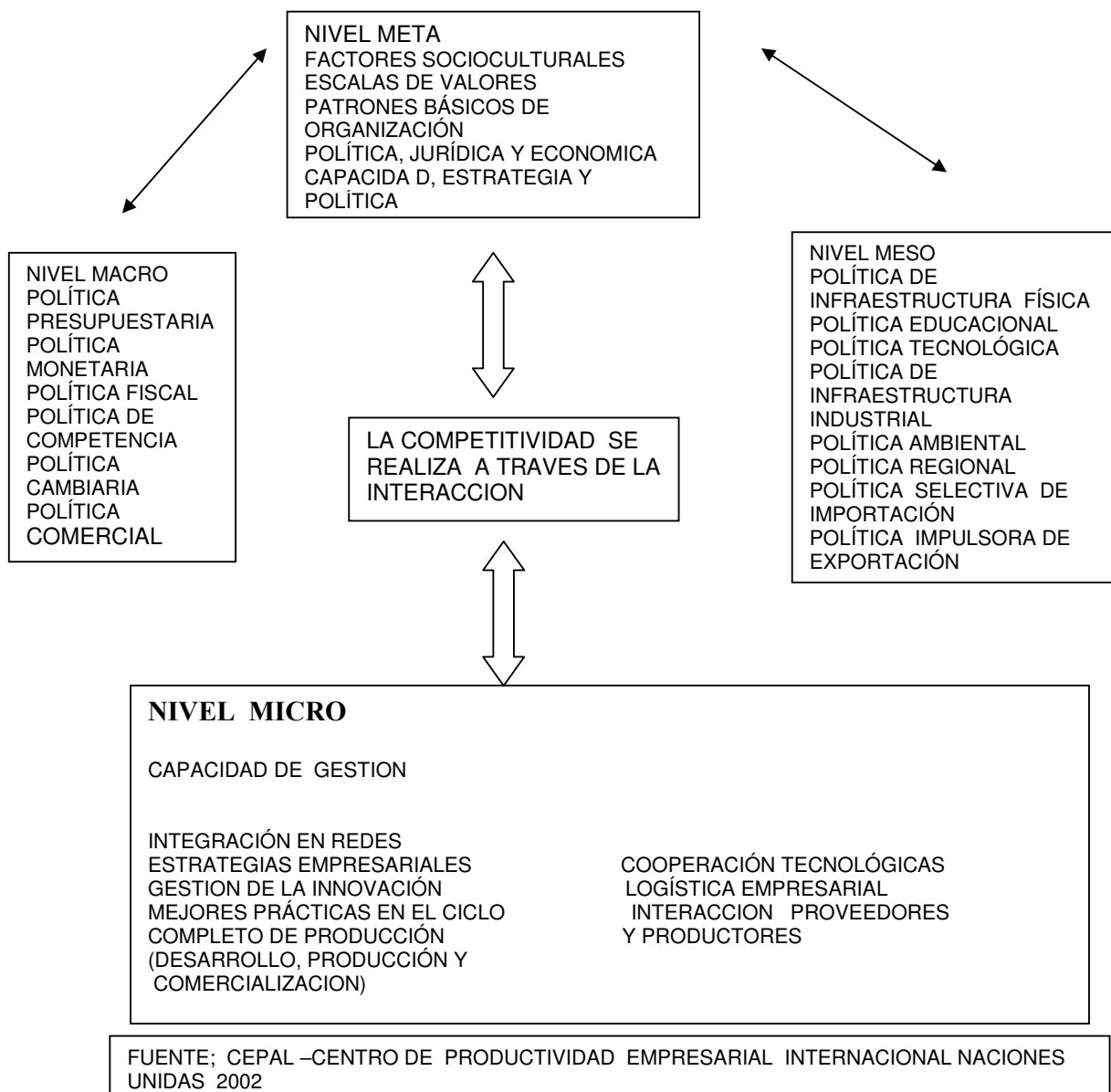
La diferenciación de cuatro niveles analíticos;

(Meta, macro, meso y micro)

La Vinculación de los elementos de cuatro diferentes escuelas de pensamiento: la economía, de la innovación, las teorías evolutivas, la reestructuración del estado en los procesos de industrialización.

## GRAFICO 27

### FACTORES DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD SISTEMICA





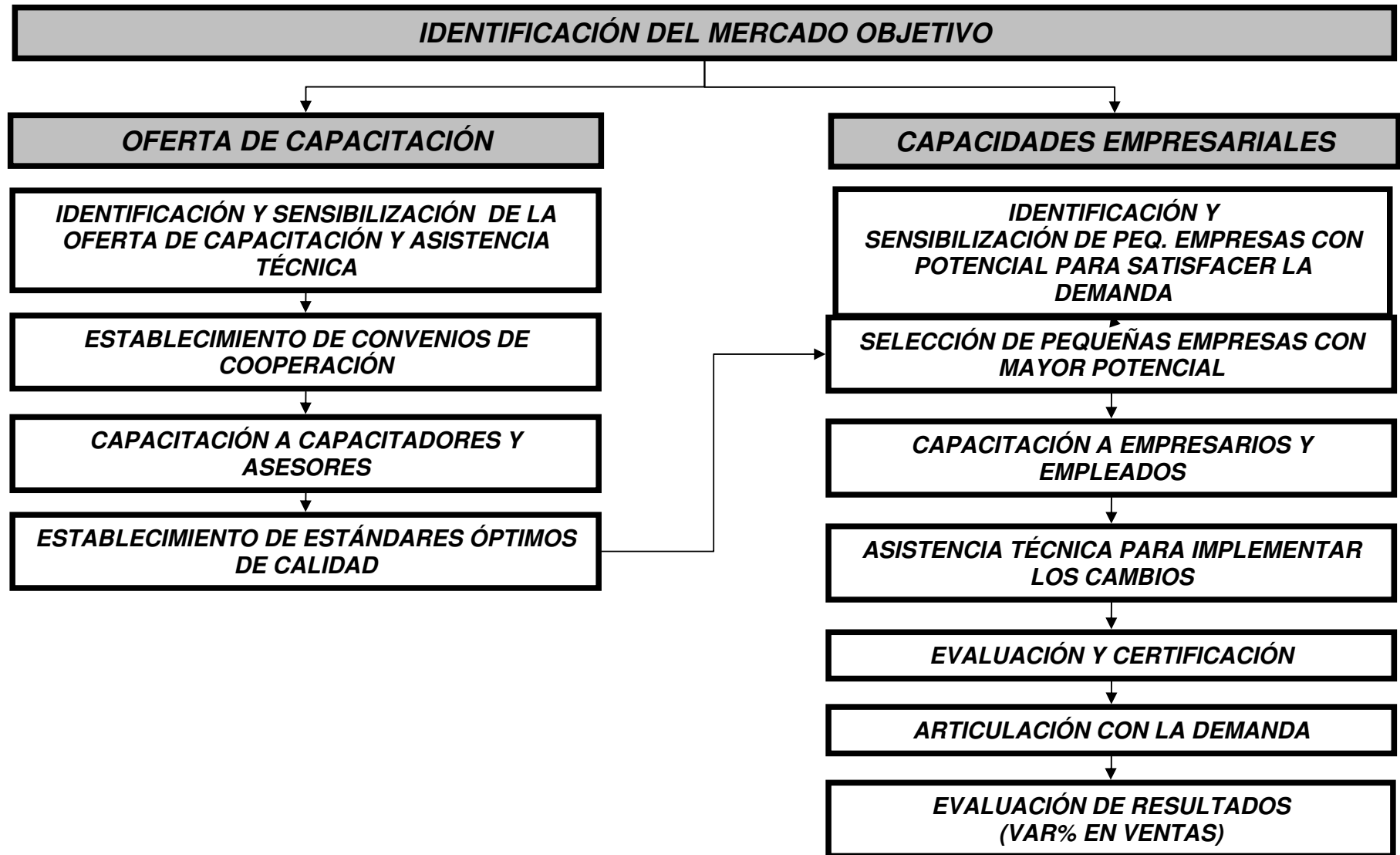
Del grafico se desprende que la ventaja que ofrece el concepto heurística de Competitividad Sistémica para analizar la PYME radica que es bastante abierto como para incluir las fortalezas y debilidades que determina la capacidad local y regional del desarrollo . Así mismo trata de capturar los determinantes políticos económicos de un desarrollo industrial exitoso , centrándose en los aspectos de creación de redes (networking) entre gobierno, instituciones , empresas y organizaciones privadas de desarrollo para la creación deliberada de condiciones de un desarrollo industrial sostenido y mayor competitividad nacional .

La competitividad es Sistémica al menos por tres razones

Una empresa en general no es competitiva por si misma , especialmente si no cuenta con un entorno de apoyo de proveedores , o de servicios orientados a la producción , a una presión competitiva de competidores locales .

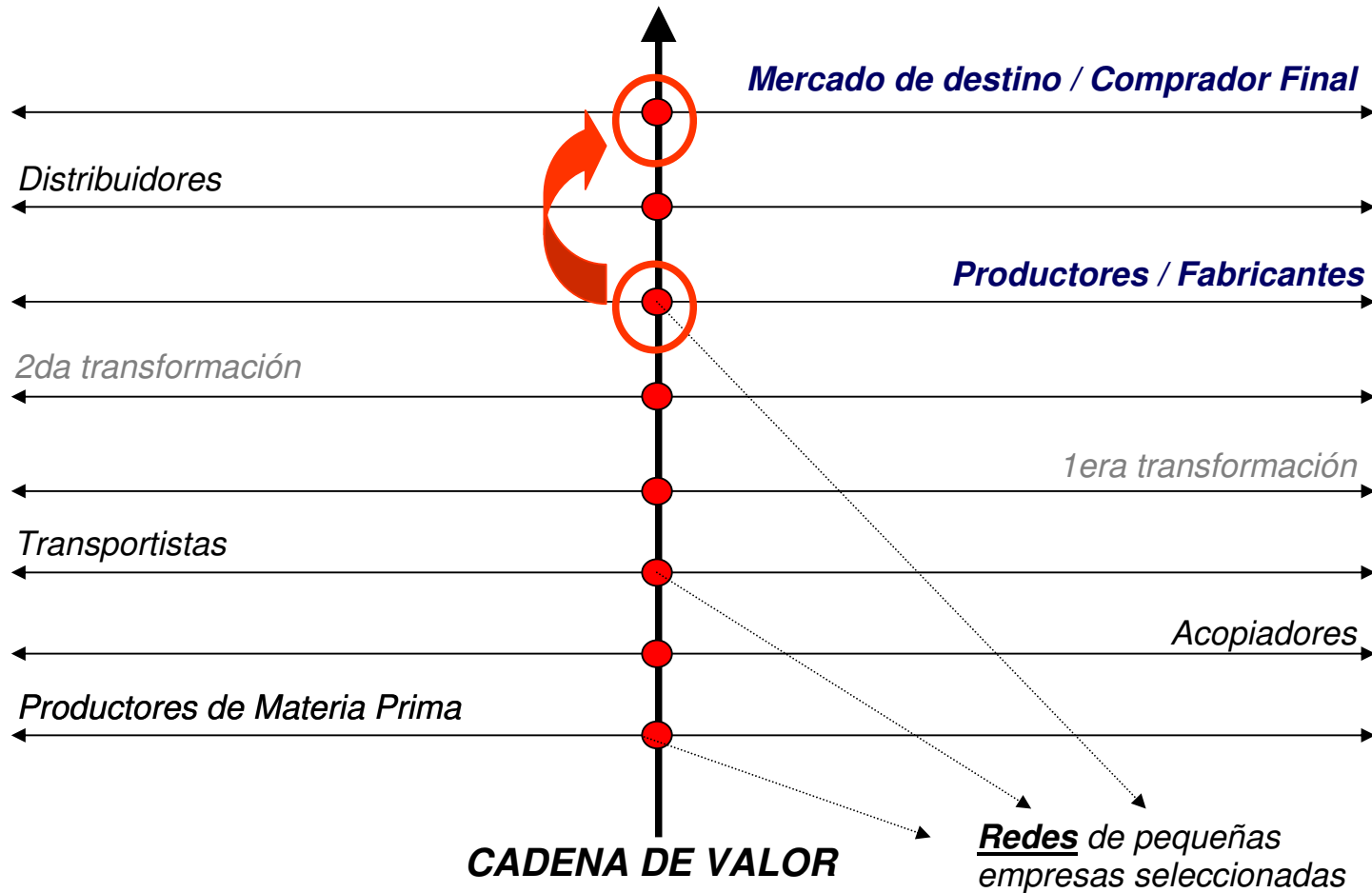
**La competitividad en el nivel micro** esta basada en la interacción. El aprendizaje por interacción (learning-by –interacting) es clave en el proceso de Innovación, especialmente cuando se constituye ventajas competitivas dinámicas. Un entorno que favorece la competitividad se encuentra arraigado en un sistema nacional de normas, reglas, valores e instituciones que definen los incentivos que moldean el comportamiento de las empresas.

**GRAFICO 28**  
**PYME COMPETITIVA**



**GRAFICO 29**  
**CADENA DE VALOR -REDES EMPRESARIALES**

**Rentabilidad de las pequeñas empresas seleccionadas, según una demanda Identificada.**



**5.2 .-POLITICA MACRO .-**El Estado tiene un papel decisivo en el momento de definir el desarrollo industrial y la reestructuración productiva de un País , especialmente bajo las nuevas modalidades de Gobernabilidad y en las condiciones de negociación del TLC que actualmente se manejan y que generaran mayor impacto en el subsector de confecciones .

Por lo tanto a medida que aumenta la complejidad de las nuevas formas de organización industrial, la naturaleza sistémica de la competitividad adquiere más importancia. En esta el empresario deberá visualizar aquellos factores externos a la empresa que influyen sobre su funcionamiento o son influidos por ella , determinando las amenazas y oportunidades , el análisis debe enfocar los factores que pueden ejercer mayor influencia y entre estos se debe considerar los siguientes **SOCIALES** : Valores sociales , Cultura empresarial de la empresa , Tendencias Tecnológicas , Estilos de Vida ; Condiciones de Vivienda .

**ECONOMICOS** : Crecimiento económico , nivel de precios , inflación , Política Monetaria , Política Fiscal ; Cuotas , tarifas , barreras no arancelarias .

**POLITICAS:** Regulación gubernamental, Privatización /Nacionalización, Acuerdos Internacionales, Legislación Constitucional, Intereses sociales **e Internacionales**

**TECNOLOGICOS:** Transporte, Producción maquinaria, Distribución, Energía.

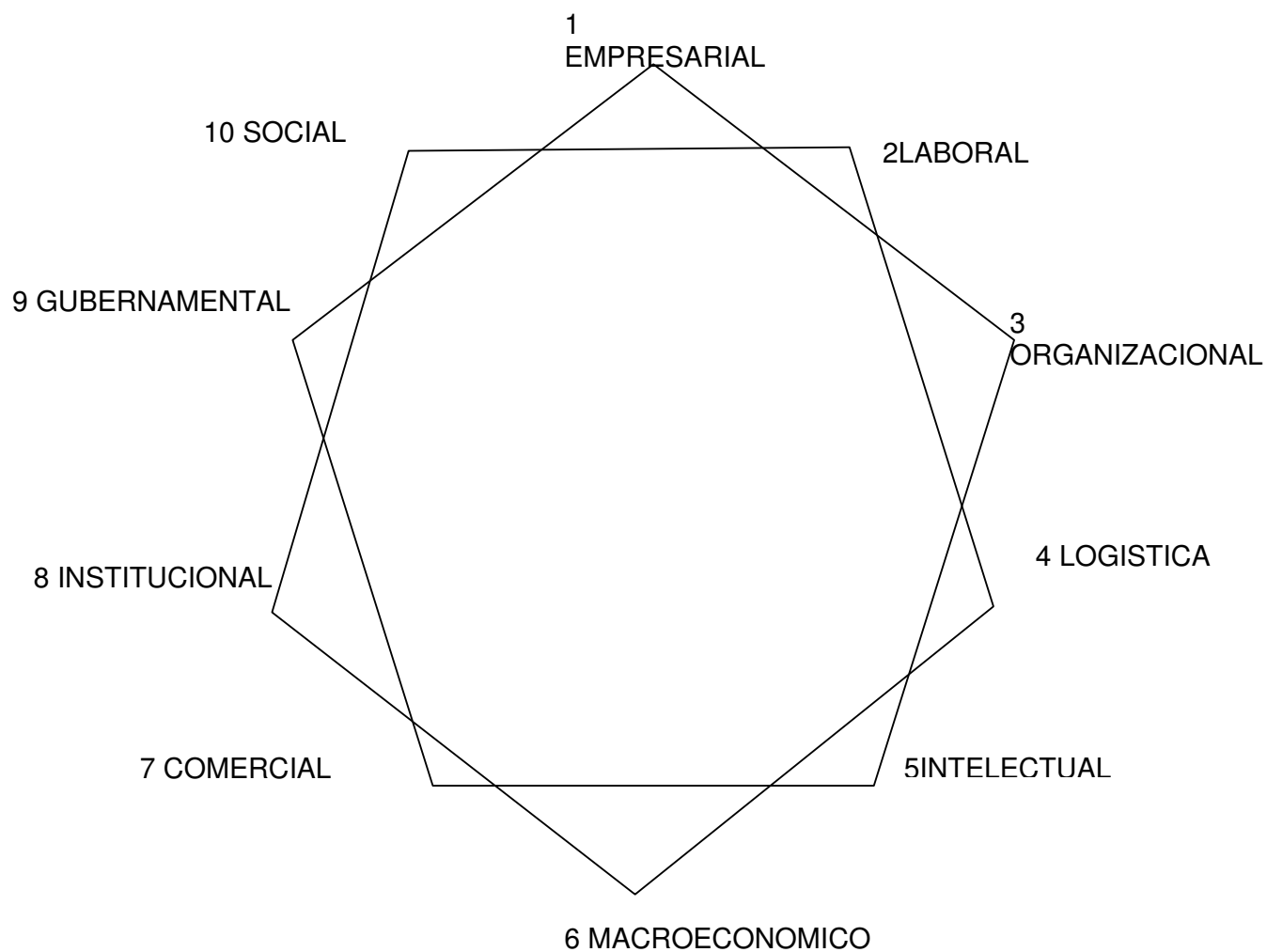
En este análisis sobre Competitividad es una aproximación analítica para entender los factores que determinan la Competitividad de las PYMES de Confecciones .En este segmento del análisis se incorpora la definición de la Competitividad Textilera y de Confecciones .

Se entiende por COMPETITIVIDAD TEXTILERA Y DE CONFECCIONES a la capacidad que tiene cada empresa y cada cadena productiva del sector para competir de igual a igual , con las principales empresa del mundo , en precio calidad y servicio .Este capital Sistémico es resultante de diez pilares considerados como Indicadores de la competitividad :

Aumentar la competitividad y mejorar la inserción Internacional son tareas que implican perfeccionar la organización de la producción y la comercialización por parte de las empresas , desde las entidades lideres hasta las microempresas . En este contexto las empresas pequeñas y medianas adquieren especial importancia, por cuanto emplean un alto porcentaje de la mano de obra. Y son responsables de buena parte de los productos del País.

La incorporación y difusión del progreso técnico precisa de una infraestructura tecnológica adecuada , de una mayor articulación productiva a partir de la base de los recursos naturales , y de la modernización de los servicios básicos de apoyo a la producción : como son el transporte, las comunicaciones , los puertos y el comercio . De ahí que la propuesta tiene carácter sistémico, por cuanto vincula a la empresa con un amplio conjunto de eslabones que contribuyen a la competitividad internacional.

## GRAFICO #30 CONSTRUCCIÓN DEL CAPITAL SISTÉMICO SECTORIAL



**Plan Estratégico de confecciones y Textiles –Prompex 2004**

Para impulsar la construcción de capital sistémico sectorial es preciso comprometer a todos los actores vinculados , sea directa o indirectamente con el Comercio Internacional .Además se requiere construir un capital sistémico a nivel de cada producto a ser priorizado para lo cual es imprescindible identificar y desarrollar **CADENAS PRODUCTIVAS** , sobre la base de acuerdos de **COMPETITIVIDAD** .

Una de las primeras prioridades de desarrollo del País, es plantear un **PROCESO DE DESARROLLO INDUSTRIAL** que unido al **Plan de Competitividad** deberá estar fundamentado en:

ASISTENCIA TÉCNICA

ASISTENCIA TECNOLÓGICA

ASISTENCIA FINANCIERA

**PROGRAMA DE MONITOREO CONTINUO**

PROGRAMA DE GESTION AMBIENTAL INTEGRAL

**PROGRAMAS DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA EN EL DESARROLLO DE NUEVAS FORMAS DE PRODUCCIÓN EN ALIANZAS CON UNIVERSIDADES, E INSTITUCIONES PRIVADAS A NIVEL NACIONAL Y REGIONAL**

### 5.3 COOPERACION, POLÍTICAS TECNOLÓGICAS Y DESARROLLO PRODUCTIVO PYME.

Aceptar casi por unanimidad que uno de los mayores obstáculos que impide desarrollar a la PYME no es su tamaño, ni los canales de abastecimiento o de comercialización, sino el hecho de actuar aisladas en el proceso productivo.

En el actual proceso de globalización, liberalización financiera y cambio tecnológico continuo, la PYME no puede sobrevivir sola es necesario crear un ambiente de colaboración. Esta cooperación puede manifestarse por medio de redes o integraciones verticales y horizontales. De esto se deduce que la cooperación y Asociatividad permite a las **PYME y MYPES** alcanzar niveles de eficiencia que de otra forma no serían posibles, por lo tanto es importante que se genere una condición de confianza recíproca entre firmas individuales, esta confianza les permitirá sentirse parte de un organismo común que daría origen a un proceso de formación de redes y complementariedades. Que es lo que pretende esta Investigación que la muestra seleccionada de PYMES exportadoras pueden articularse de manera inter. empresarial mediante mecanismos de subcontratación y redes empresariales. Como algunas empresas entrevistadas que se articulan con empresas mayores mediante los procesos de subcontratación y eso les permite un aprendizaje continuo del mercado internacional y las reglas de calidad en el desarrollo de sus productos y procesos productivos.

El presente estudio de casos revela que la PYME implementa con regularidad estrategias productivas que les permite obtener mejores resultados en la producción, la productividad y competitividad frente a un entorno de mercado de veloces cambios e incertidumbre.



Como parte de esta practica, la Subcontratación es siempre una posibilidad abierta para la PYME de optimizar el uso de recursos internos y externos de la empresa y lograr un nivel aceptable de competitividad en el mercado de exportación . En un primer acercamiento se verifico que las PYMES estudiadas hayan recurrido a la subcontratación , algunas se inician en el ámbito de la subcontratación con el fin de resolver requerimientos coyunturales, a diferencia de otras empresa que requieren la subcontratación como un medio de permanente y duradero tendiente a desverticalizar y flexibilizar la tecnoestructura de la empresa . La PYME establece un vinculo eventual con otra empresa principalmente cuando su capacidad instalada , no le es suficiente para cubrir los pedidos en las épocas de pico de demandad o mas pequeña , esta modalidad de subcontratación es denominada por los especialistas **subcontratación de capacidad** , y es la mayor utilización en el sector de la PYME textiles exportadoras a través de esta las empresas en especial las de confecciones , contratan principalmente servicio de confección completo , es decir una prenda completa .

En menor incidencia , LA PYME parece mostrar menor utilización de la subcontratación por especialidad , nos obstante la muestra presenta que la cooperación entre firmas es mas duradera en el tiempo y además, hay una clara búsqueda de la empresa por reconvertir su tecnoestructura en formas mas flexibles y con mayor capacidad de adaptación a los mercados globalizados .

De acuerdo al estudio las PYME EXPORTADORA establecen relaciones de subcontratación con firmas de distintos tamaños. La incidencia es mayor con pequeñas empresas y menor con las medianas.

Los criterios de elección que las PYME utilizan para elegir a la firma subcontratista se basa principalmente en dos condiciones:

1.-Capacidad optima y suficiente de las subcontratistas por lo general exigen un equipamiento mayor a 10 a 15 máquinas por taller; que es el caso de la presente investigación

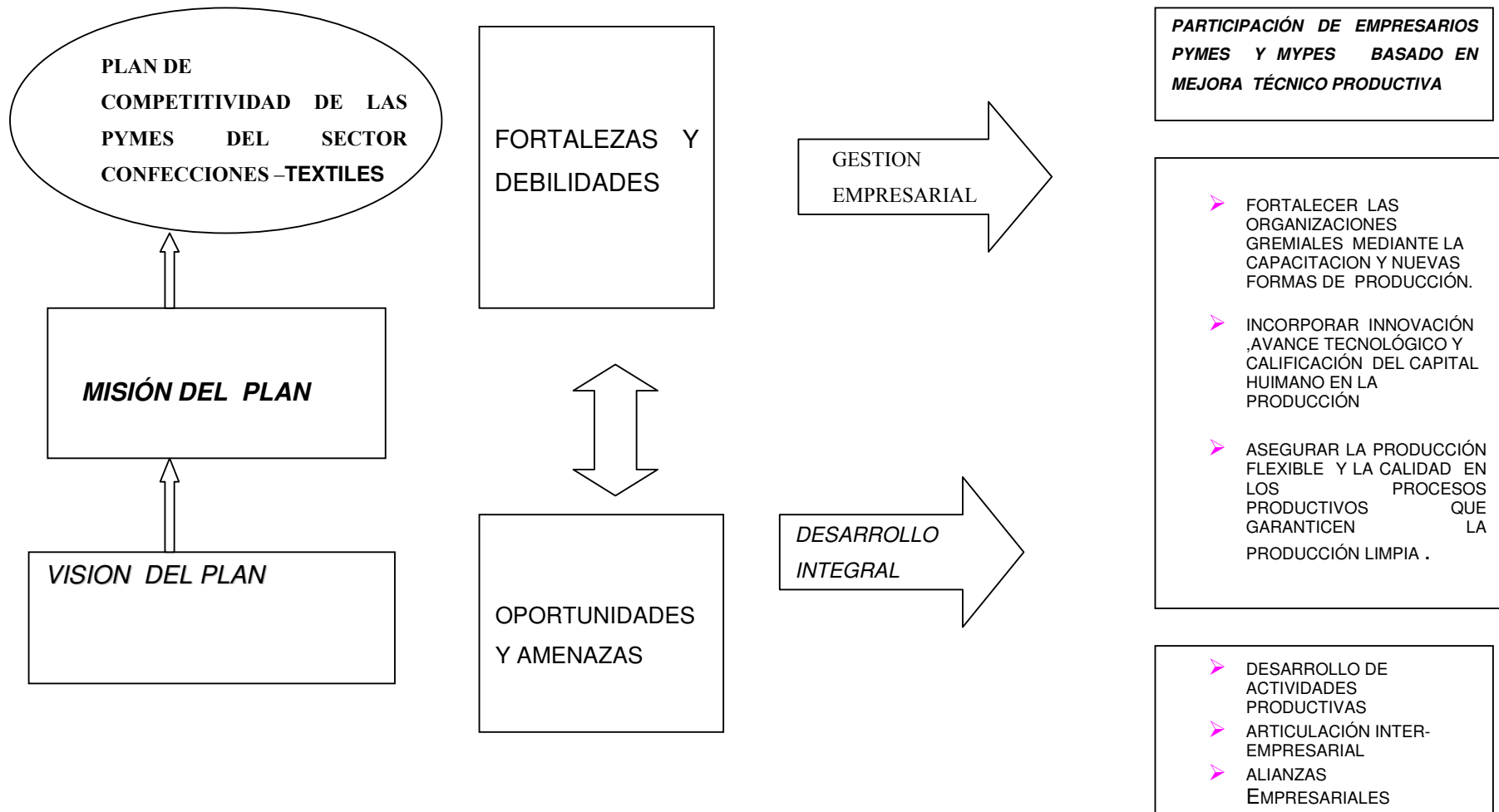
2.- Calidad aceptable de los productos de acuerdo a las condiciones que implica una mercadería orientada a la exportación.

Una tercera condición es el compromiso que debe asumir el subcontratista para cumplir con las fechas de entrega de trabajo.

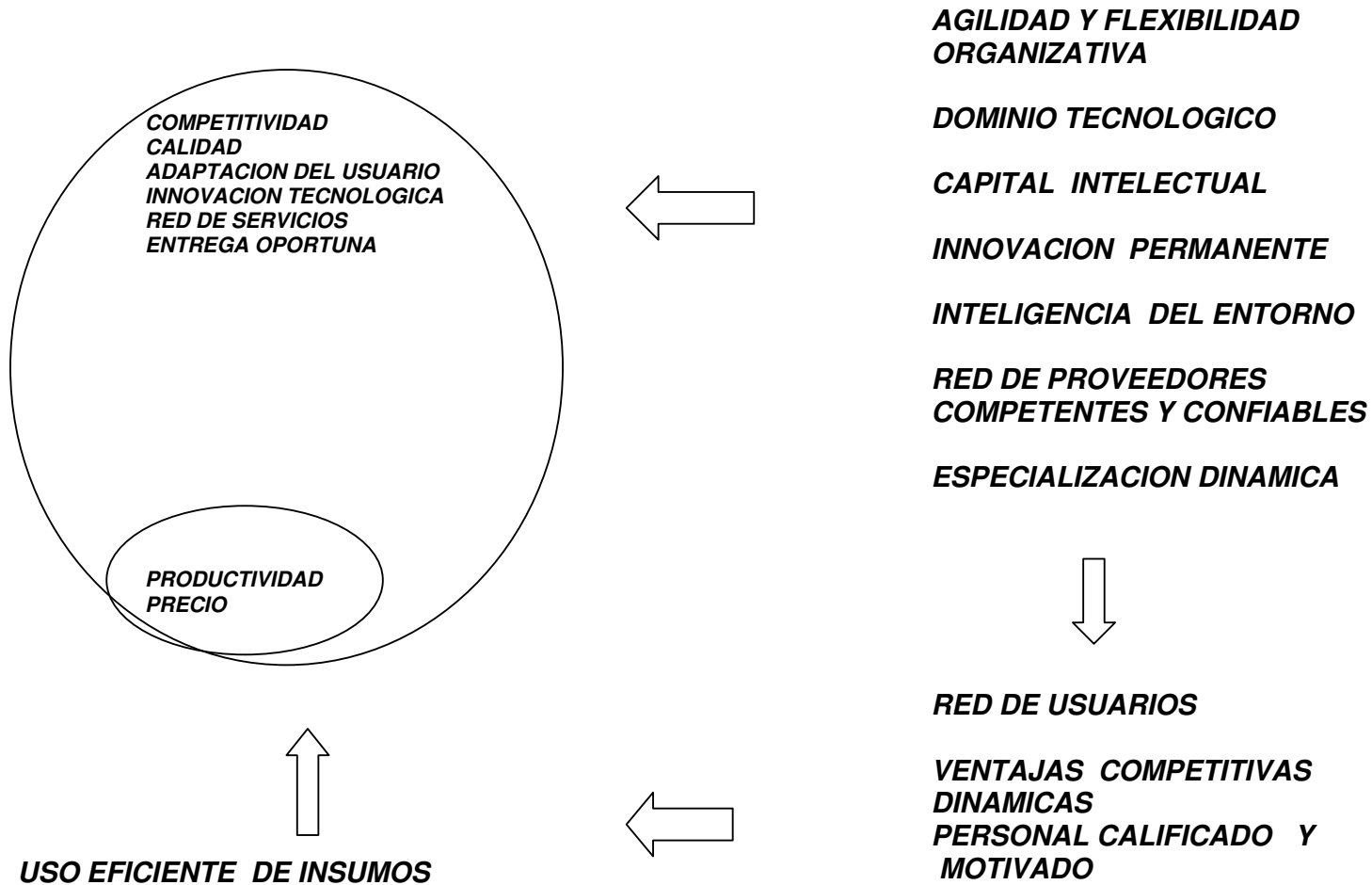
La industria textil y de confecciones es uno de los sectores de la industria peruana más grande y complejo; y en donde se encuentra la presencia de la pequeña y microempresa. Otro de los indicadores mostrados en la presente investigación es la falta de información que carecen las empresa, lamentablemente el entorno previo a cualquier acuerdo se caracteriza por la asimetría de la información entre la contratista y la subcontratada lo que incrementa el margen de incertidumbre (contratista ) .en países como el Perú ; este espacio de incertidumbre es mucho mas evidente por el débil soporte institucional con el que cuentan los agentes de la industria y el comercio .

## INDICADORES DEL PLAN DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DEL SECTOR TEXTIL CONFECCIONES

GRAFICO 31



**PARADIGMA DOMINANTE Y SUS RETOS HACIA LA COMPETITIVAD  
DEL SECTOR TEXTIL CONFECCIONES  
GRAFICO 32**



### **5.3-LA SUBCONTRATACION Y LOS CONSORCIOS EMPRESARIALES**

Los cambios en la economía peruana en las últimas dos décadas han conducido a una contracción de la demanda interna, a la segmentación de mercados y a la reestructuración del aparato productivo, lo que ha ejercido una fuerte presión sobre la competencia y modificado la gestión estratégica de la empresa. Algunos desafíos que deberán asumir organizaciones empresariales para generar mayor competitividad y productividad dentro de sus Gerencias son:

- Reducir los Costos Laborales
- Tener actitudes Favorables de los trabajadores para apoyar la productividad.
- Mantener relaciones con proveedores confiables y puntuales.

En este contexto los Consorcios y la Subcontratación permite una mejor y mayor integración de menor tamaño en los procesos de manufactura y ensamble de bienes, una estrategia de reindustrialización de los países, deberá existir una nueva forma de relación entre las empresas, en la cual los Consorcios y los subcontratistas sean seleccionados cuidadosamente dependiendo de la capacidad para colaborar con la Empresa Líder en un Proyecto a largo Plazo. La Articulación<sup>8</sup> entre los mismos consorciados se vería favorecida mediante la división en grupos subproveedores, con el consiguiente intercambio de información y ayuda, el resultado sería una compacta Red Cooperativa basada en relaciones de confianza recíproca, transparencia y contratos a largo plazo.

<sup>8</sup>FERNANDO VILLARAN LA SUBCONTRATACION 2000

La Motivación para la formación de consorcios es básicamente la que promueve la **Subcontratación**, la diferencia es que la subcontratación delega de uno a otro lado y tiene la presencia de una agente principal. Consorcio es una respuesta desde la oferta a los cambios en la estructura de las demandas. **El Consorcio** es una Alianza estratégica horizontal entre pares (aunque se podría incluir empresas de distintas escalas empresariales) con un objetivo y acción conjunta orientada a la mejora de la Competitividad.

El Desarrollo de los Consorcios entre pequeñas empresas nació como una de las alternativas para desarrollar la participación de estas en el mercado de exportación, en algunos casos fue una respuesta a la complementariedad a la oferta de las pequeñas y micro empresas por todo esto hay que considerar que los **Consorcios de Exportación** son instrumentos valiosos para encadenar hacia delante y hacia atrás y hacia delante la producción exportable y la complementación hacia otros sectores. Por esto es importante considerar que la idea de Consorcio esta dirigido al Sector de la Pequeña y Micro Empresa, Sin embargo es indispensable canalizar los esfuerzos sectoriales e incorpóralos a Programas Integrados de Promoción de Exportación y Empleo que incorporen una asistencia directa en Mercadeo, Gestión de Exportaciones y Asistencia Técnica en Desarrollo y Diseño.

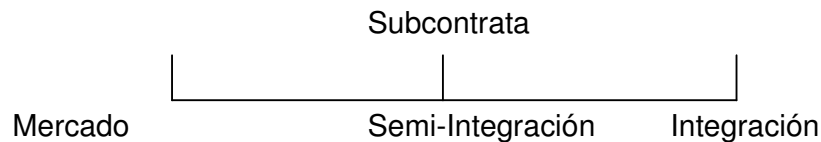
Las Ventajas de los Consorcios es que abren la oportunidad de acceder a nuevos mercados:

La ampliación de la Capacidad productiva sin inversión fija.

La complementación de Capacidad Humana y Maquinaria.

**LA SUBCONTRATACIÓN.-** es aquella actividad por la cual las empresas establecen relaciones con otra para que la segunda fabrique o realice partes; o un proceso completo. Se diferencia de la compra directa en el mercado por la entrega de parte del Contratante de proporcionar especificaciones técnicas y materiales del subcontratista, así mismo porque el Contratante establece las condiciones de producción y supervisa el proceso, finalmente por la existencia de un agente principal: EL CONTRATISTA.

La subcontratación es un mecanismo de mercado que permite elevar los niveles de eficiencia, reducir los costos.



La clave de la integración es que la cadena de producción opera íntegramente dentro de la misma empresa. Este modelo es más rígido e inflexible, en el sentido de que no permite responder rápidamente a los cambios del mercado.

El esquema de Integración ofrece algunas ventajas que derivan del total del proceso productivo. Este control reduce los costos de Transacción, tales como la búsqueda de proveedores, el gasto de transporte y los riesgos, cuando hay incertidumbre en el mercado. Es decir cuando se desconoce el nivel de calificación de las posibles contrapartes. Estas ventajas aun mantienen su atractivo en un mercado con escaso grado de cooperación ínter empresarial y serán descartadas cuando se superen los obstáculos que se han identificado para el desarrollo de los mecanismos de cooperación en el Perú. Este proceso ha sido llevado por muchas de las empresas entrevistadas de la presente Investigación.

## **5.5.-PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD PYMES DEL SECTOR CONFECCIONES.**

La ventaja competitiva no puede ser comprendida viendo a una empresa como un todo, radica en las muchas actividades discretas que desempeña una empresa en el diseño, producción, mercadotecnia entrega y apoyo para sus productos.

Cada una de estas actividades puede contribuir a la posición de costo relativo de las empresas y crear una base para la diferenciación.

La diferenciación puede originarse en factores igualmente diversos, incluyendo el abastecimiento de las materias primas de alta calidad, un sistema de registro de pedidos responsable o un diseño de producto superior.

Una forma sistemática de examinar todas las actividades que una empresa desempeña y como interactúan, es necesario para analizar las fuentes de la ventaja competitiva .La Cadena de Valor de una empresa esta organizada en un campo de actividades de un **SISTEMA DE VALOR** .

Las cadenas de Valor de las empresas en un sector industrial difieren, reflejando su historia, estrategias y éxitos en implementación. Una diferencia importante es que la cadena de valor de una empresa puede diferir en el panorama competitivo del de sus competidores, representando una fuente de ventaja competitiva El Perú al igual que los otros países latinoamericanos esta pasando por un ajuste estructural en el marco de una economía mundial globalizada y conformación de bloques económicos ( Unión Europea, Nafta , Tigres Asiáticos, MERCOSUR , Pacto Andino entre otros cuyo entorno exige a las empresas en general y particularmente a las MYPES alcanzar y mantener niveles de competitividad para hacer frente a los productos que ingresan del exterior con costos de producción inferiores a los nuestros.



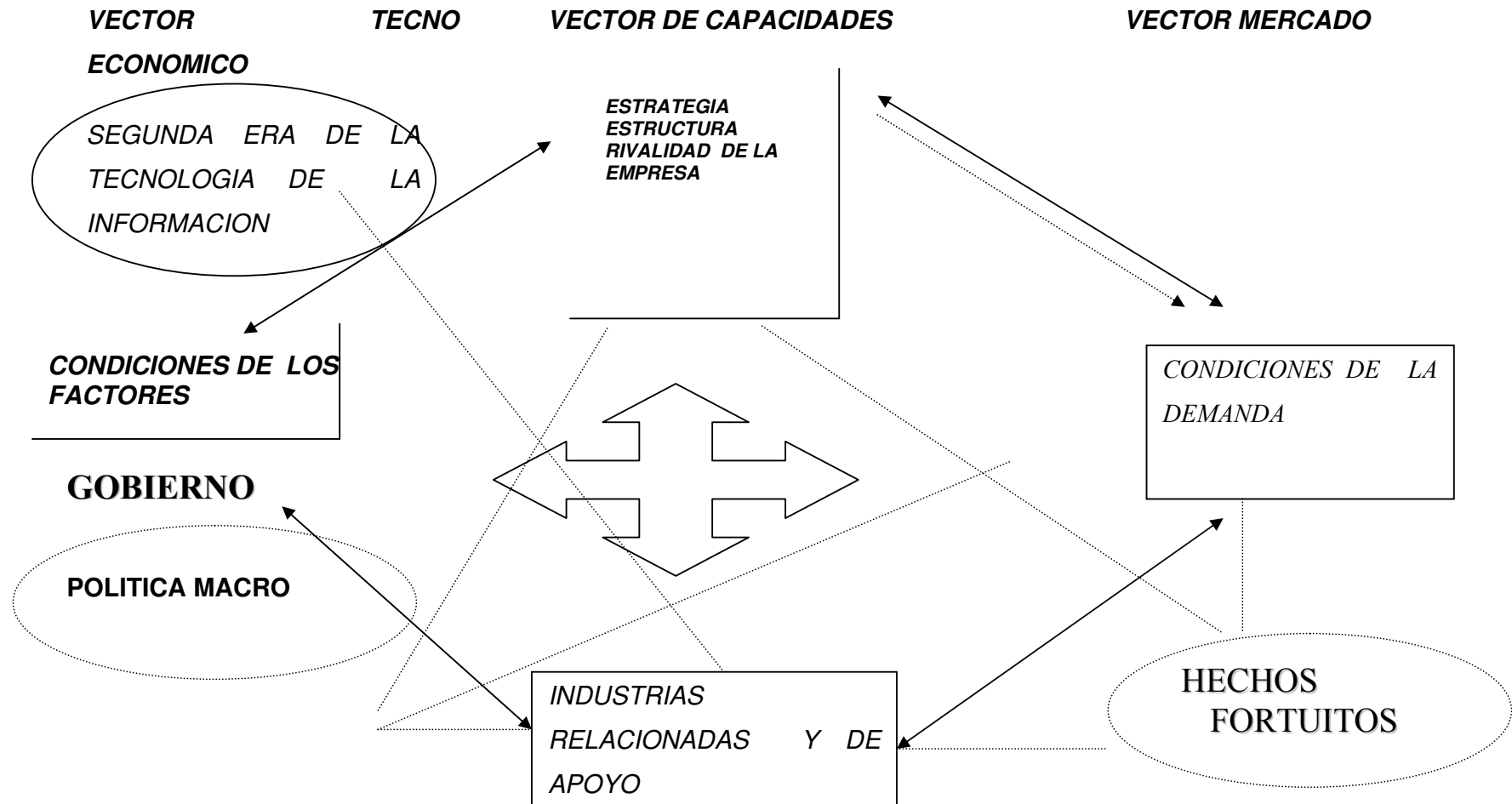
Es importante reconocer las graves dificultades y limitaciones que enfrenta la actividad industrial en el corto plazo, los sobre costos, la recesión del mercado interno, los permanentes cambios en el entorno en que se desenvuelven las empresas, el alto costo del dinero, la poca disposición de los bancos a tomar riesgos que consideran excesivos. Como la producción de prendas de vestir se ha dispersado mundialmente y la competencia entre estas empresas se ha intensificado, cada tipo de empresa líder ha desarrollado nuevas redes internacionales para abastecerse. Mientras se están desverticalizando de la producción, están fortaleciendo sus actividades en el alto valor agregado del diseño y segmentos del mercado de la cadena de vestir.

Aumentar la competitividad y mejorar la inserción internacional son tareas que implican perfeccionar la organización de la producción y la comercialización, con miras a lograr crecientes niveles de productividad sustentables y una mayor generación del empleo productivo. Para alcanzar dicha transformación se requieren mejoras en la capacidad empresarial y, sobre todo, en la educación, y en la capacitación de la mano de obra. La segmentación de la producción ha devenido en un nuevo paradigma técnico-productivo y en nuevas técnicas gerenciales, tales como la "calidad total" y el "just in time". La producción se organiza a través de cadenas o "clusters" en los cuales las empresas adquieren una alta flexibilidad para adaptarse a los rápidos cambios de las demandas del mercado, con una alta especialización y con cero inventarios a fin de reducir todo lo posible los costos financieros. A su vez, la "empresa flexible" requiere del "trabajador polivalente". capaz de desempeñar diversas funciones dentro del Proceso productivo y de adoptar decisiones de la mayor trascendencia bajo su sola responsabilidad.

En la presente Investigación se propone las redes empresariales o cadenas productivas que posibilitan la participación activa de la empresa PYME con condiciones exportables. En el siguiente gráfico se plantea la necesidad de articulación de la Cadena, contando con Supervisores de Ciencia y Tecnología, así como Monitores de Calidad y Productividad que deberán ser previstos por **Proveedores Privados de Oferta de Servicios Empresariales**. y aquí la **Universidad Pública y Privada** debe cumplir un rol fundamental en el cumplimiento de metas, planes y programas de **Desarrollo Industrial** que requiere en diversos aspectos el País en general.

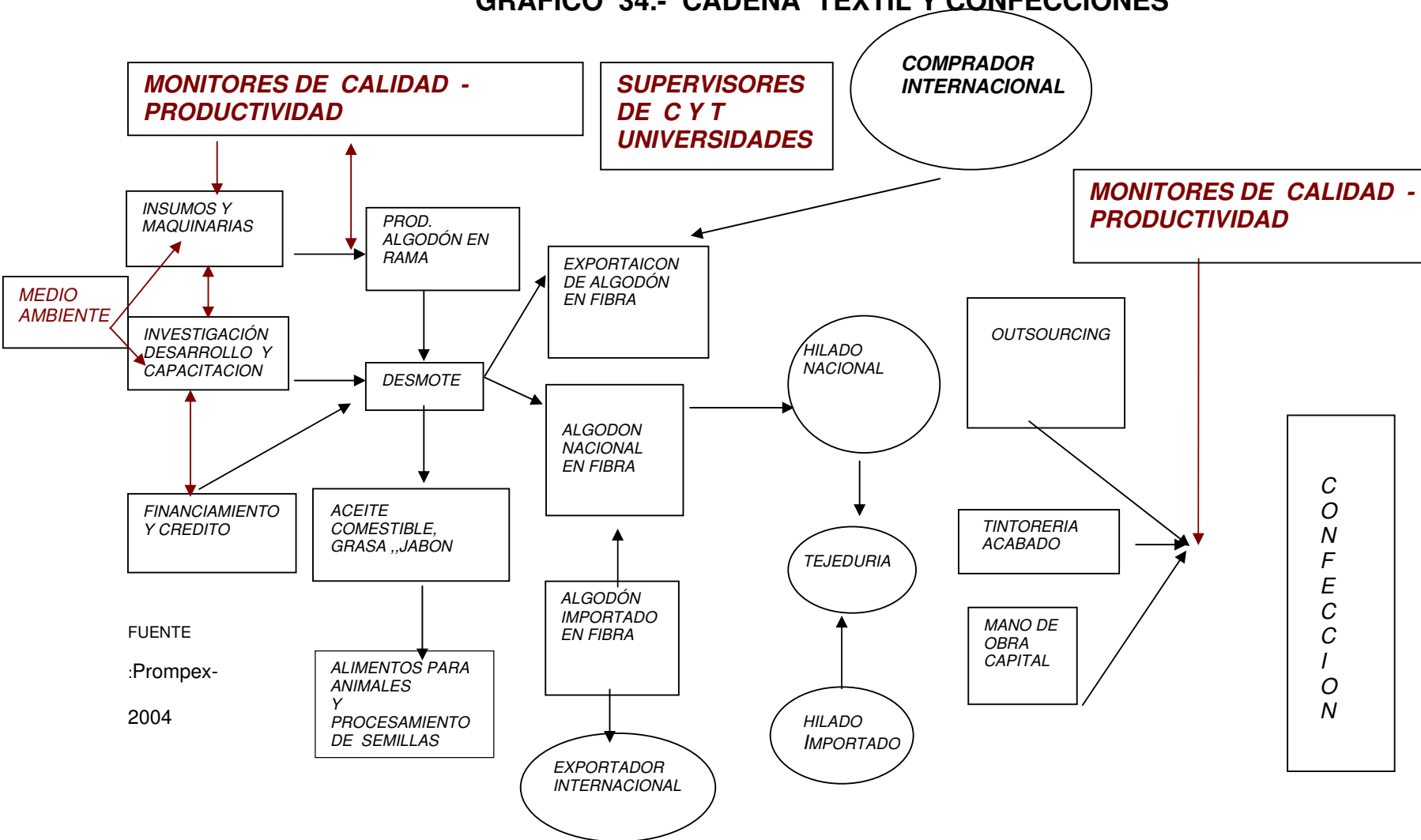
## GRAFICO # 33 VISION ESTRATEGICA DEL DESARROLLO

PARADIGMA DOMINANTE Y SUS RETOS TECNO-ECONOMICO /COGNO –ECONOMICO

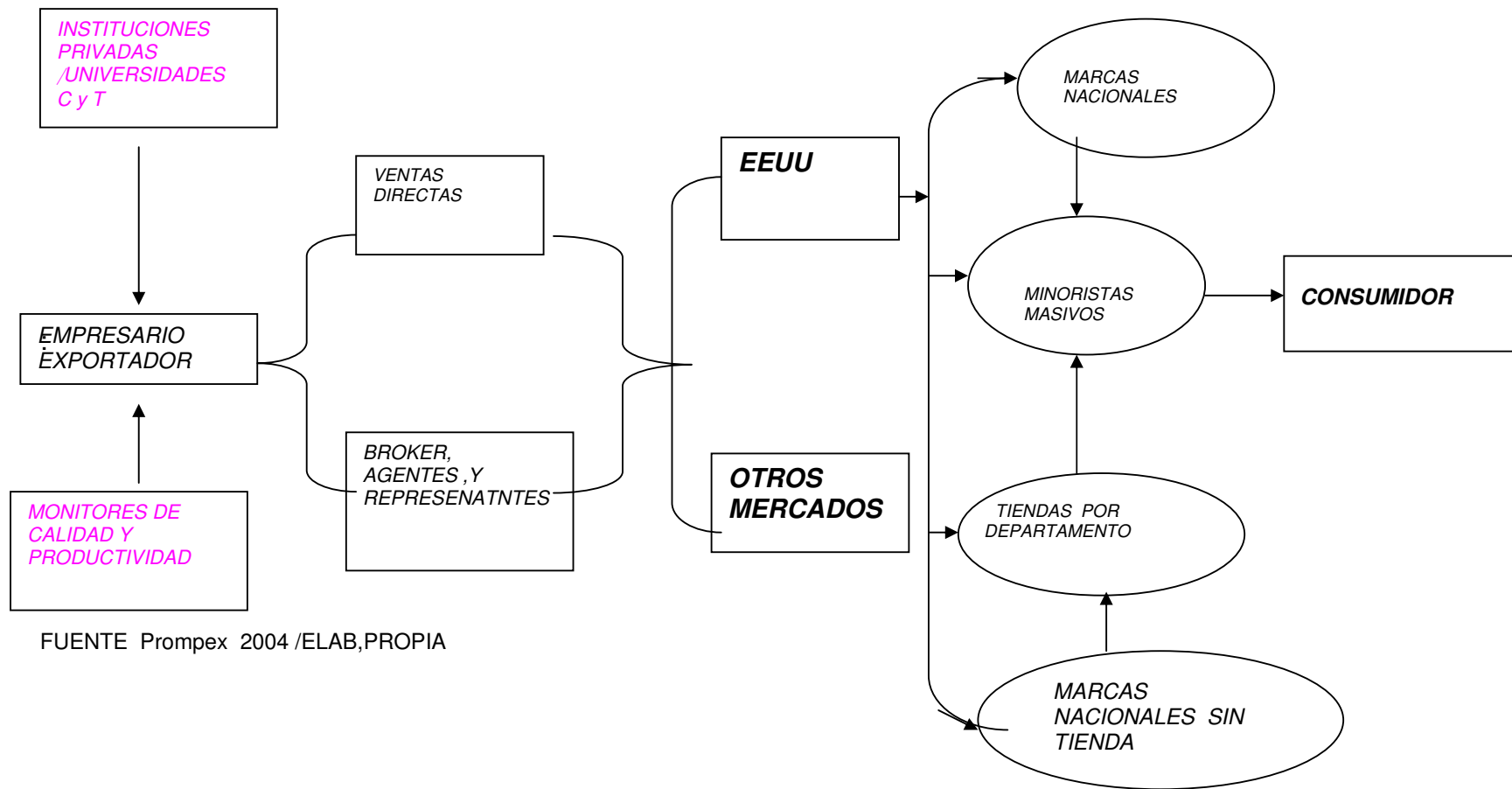


BASADO EN EL DIAMANTE DE PORTER

**GRAFICO 34.- CADENA TEXTIL Y CONFECCIONES**



**GRAFICO #35 CADENA DE COMERCIALIZACION EXTERNA:**



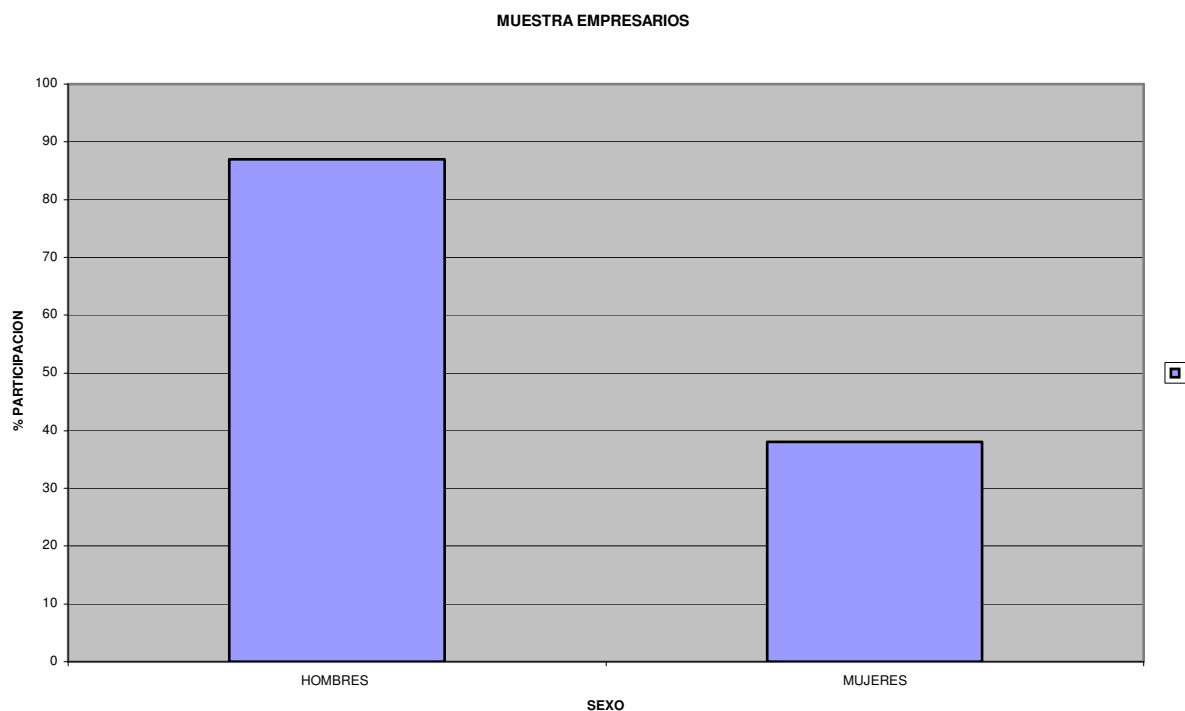
FUENTE Prompex 2004 /ELAB,PROPIA

## CAPITULO VI - ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Se muestra un gráfico en el que se representa cuáles son las metas de mayor importancia, para los participantes que conformaron la muestra en el piloto (n=125), cabe resaltar que se aplicó el análisis como medio de reducción de información y se obtuvieron los siguientes factores con sus respectivas categorías:

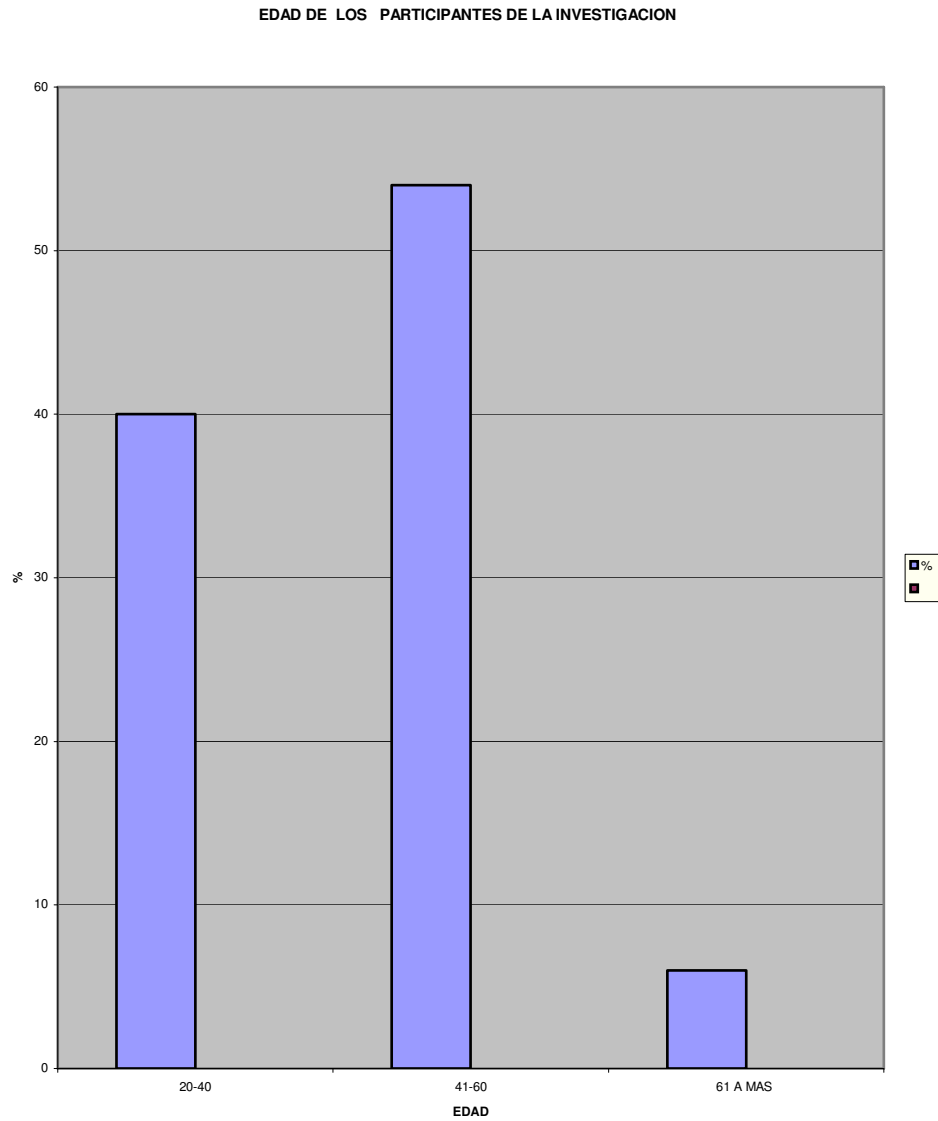
En la aplicación piloto de la Encuesta, se aplicó un cuestionario a 125 participantes, 87 varones ,38 mujeres y organizaciones empresariales representativas del sector confecciones (25) ,cuyas edades oscilaban entre los 25 a los 65 años, con una media de 42 años. En el gráfico se puede observar el rango de edades y el porcentaje correspondiente de participantes.

**GRAFICO # 36**



FUENTE: ELABORACION PROPIA

### GRAFICO # 37

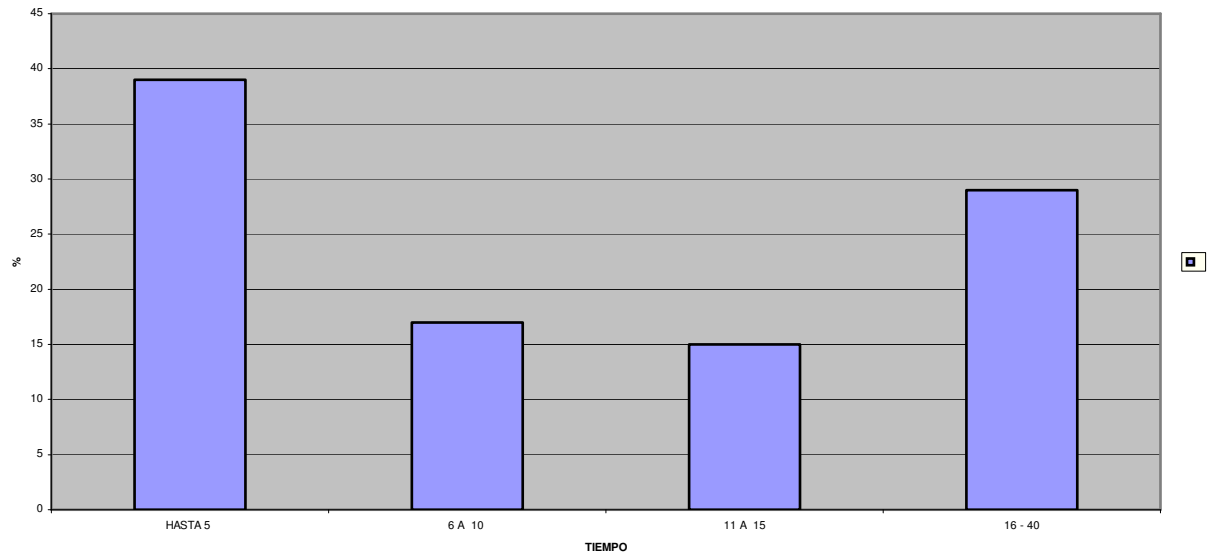


El tiempo que llevan los encuestados dedicándose a sus respectivas actividades va desde los seis meses hasta los cuarenta años, con una media de once años y medio. Los resultados que presenta el gráfico consolidan la presencia de los empresarios dedicados a ellas gran parte de sus vidas.

Esto se puede notar en que el 61% de encuestados refirió llevar entre cinco y cuarenta años dedicándose a la misma actividad.

## GRAFICO 38

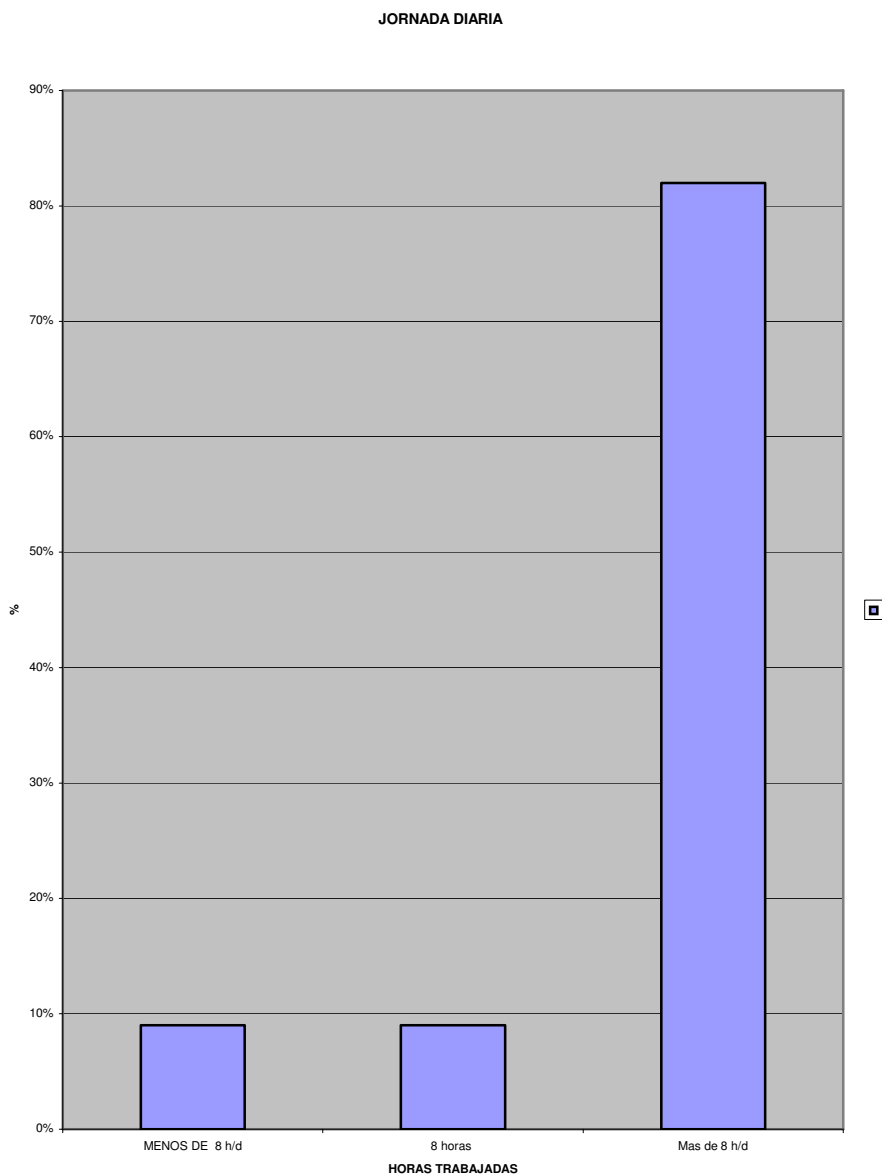
EXPERIENCIA EN EL SECTOR TEXTIL / CONFECCIONES



Como se observa en el gráfico siguiente, la mayoría de encuestados trabaja más de 8 horas por día, siendo 11 horas por día lo que trabajan en promedio



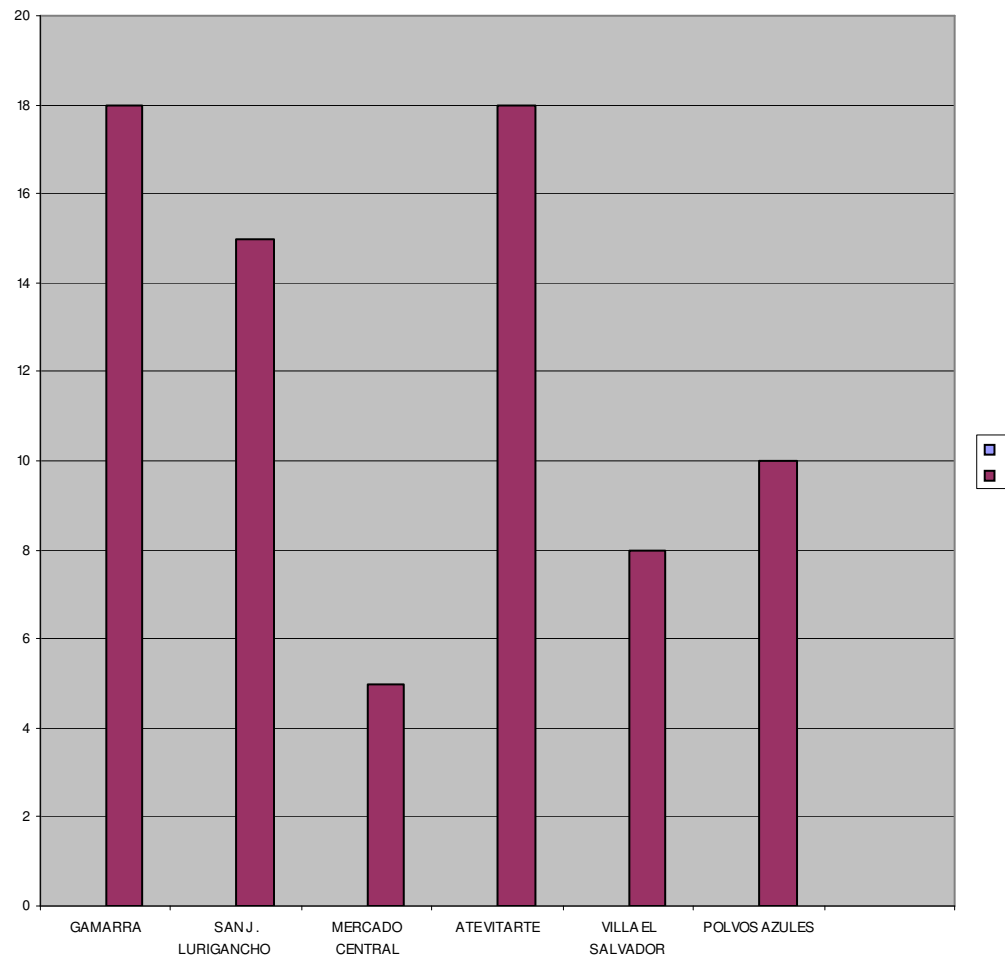
## GRAFICO # 39—JORNADA DE TRABAJO



La meta de preservación personal es la que mayor importancia tiene para el grupo estudiado. A este factor pertenecen dos categorías. Una tiene que ver con el deseo por mejorar económicamente (67%) y la otra con el deseo de lograr beneficios sociales (41%).

Es decir, se refiere al hecho de tener ciertos logros económicos y/o sociales con el fin de tener cierta seguridad que garantice la propia supervivencia y el crecimiento de sus empresas mediante la incorporación de sus productos a nuevos mercados Internacionales. Según la encuesta empresarial realizada solamente el 30.4% de los trabajadores son mujeres el trabajo de los jóvenes esta entre 18 A 25 años. En promedio se trabaja 52 horas a la semana , el porcentaje de trabajadores que realiza mas de ocho horas no es tan alto 11%, el destajo es importante dentro de este sub.-sector representa el 40% , total de trabajadores encuestados es de 125 empresarios del sector textil confecciones de los diferentes conglomerados de este sector como se aprecia en el .Siguiente grafico que corresponde a la muestra seleccionada. Gamarra, Ate Vitarte, mercado Central, Vila el Salvador.

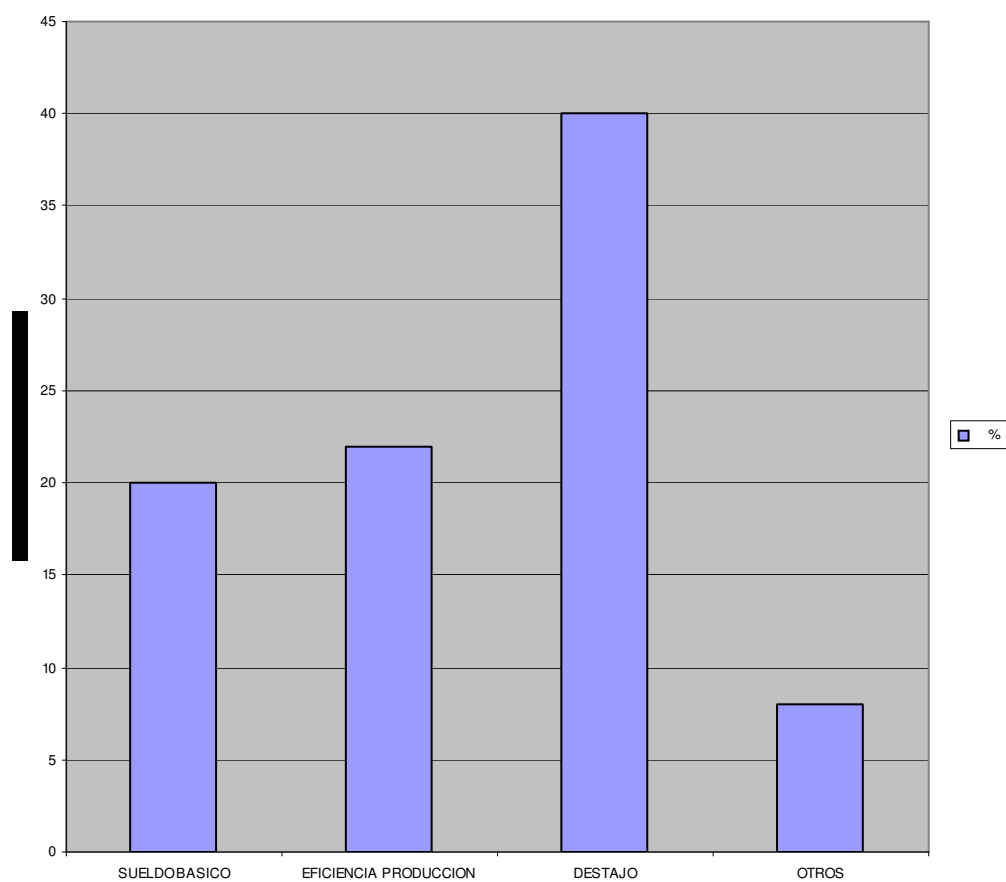
# **GRAFICO 40- ZONIFICACION DE EMPRESAS EXPORTADORAS /SUBCONTRATADAS**



ELABORACIÓN PROPIA –SEGÚN ENCUESTA EMPRESARIAL (ANEXOS)-

## GRAFICO 41

### TIPOS DE ASIGNACION ECONOMICA



FUENTE: ENCUESTA EMPRESARIAL

## **6.1-PROBLEMAS DEL EMPRESARIADO RELACIONADOS A LA CALIDAD DEL PRODUCTO**

Un aspecto que merece ser mostrado en los acuerdos de Subcontratación entre las empresas es la práctica de seguimiento y control de la calidad a las subcontratistas en sus propios talleres , lo que permite a la PYME contratista in situ asegurarse de la calidad del producto requerida para exportar .

No obstante para otras PYMES entrevistadas el seguimiento y control del trabajo son tareas que presentan dificultades para realizarlos porque muchas de las empresas subcontratistas no permiten un control de calidad permanente del trabajo

Según los resultados de la encuesta el 81.2 % de los empresarios encuestados declara no tener problemas de Calidad de producto con sus clientes, lo que no significa que estos no existan .Al parecer la poca percepción de tener problemas con la calidad del producto estaría fundada en que muchos empresarios , fundamentalmente micro destinan sus productos a los segmentos de mercado menos exigente , por lo que la aparición de reclamos por defecto del producto es menor en relación a aquellos que trabajan con mercados mas exigentes .

Solo aquellas PYMES que trabajan articulados con mercados de exportación se ajustan a indicadores de Calidad y exigencias de los mercados internacionales ,que de la muestra representa el 62% de los encuestados (72 PYMES de la muestra ).

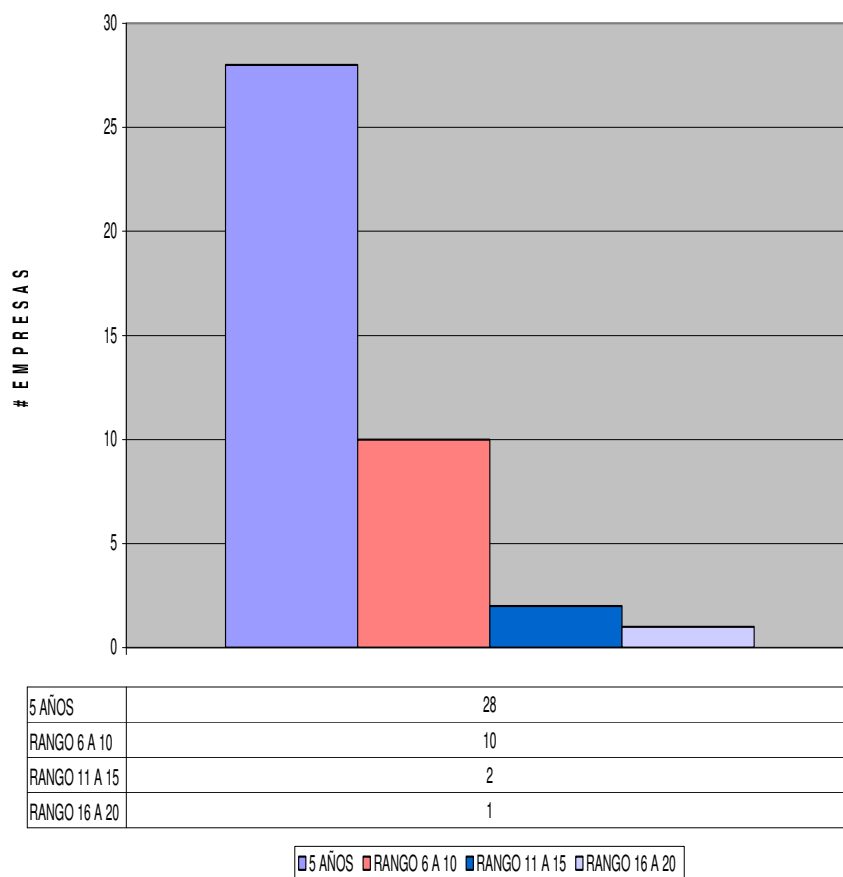
Puede afirmarse que el seguimiento y control de calidad a las subcontratistas no permiten un control de calidad permanente de su trabajo son condiciones indispensables que les ha permitido monitorear y garantizar la calidad del producto y las entregas en el tiempo oportuno.

En la presente investigación se observa que la muestra trabajada no dispone de información para ampliar y evaluar las potenciales firmas subcontratistas, lo que en muchos casos se convierte en desconfianza y escepticismo frente a la subcontratación. Por ello para muchas PYME la Subcontratación solo es una alternativa de emergencia, una opción de corto plazo para cubrir la insuficiente capacidad productiva, pero a su vez les permite crecer en las nuevas formas de organización con que dispone la mediana empresa en el desarrollo de sus productos y procesos dentro de sus talleres generando posibilidades concretas de conocimiento de productos estrellas hacia el mercado internacional. Y esta es una característica para la evolución de la PYME del sector confecciones exportar por cuenta propia, con quienes aprendieron a tener conciencia de **Calidad**, a ponderar la importancia de los controles de productividad y calidad. La experiencia obtenida de las PYME permitirá acortar el proceso de aprendizaje y validación de capacidad; y de poder producir para el mercado de exportación.

Es importante tomar en cuenta que, el futuro juega un papel importante en la obtención de metas de Competitividad en el Sector Textil –Confecciones, tanto en nuestro País como en la Región Andina para el logro de generación de empleo.

## GRAFICO 42

### TIEMPO DE PARTICIPACION MECANISMOS DE SUBCONTRATACION



FUENTE ELABORACION PROPIA

GRAFICO 43

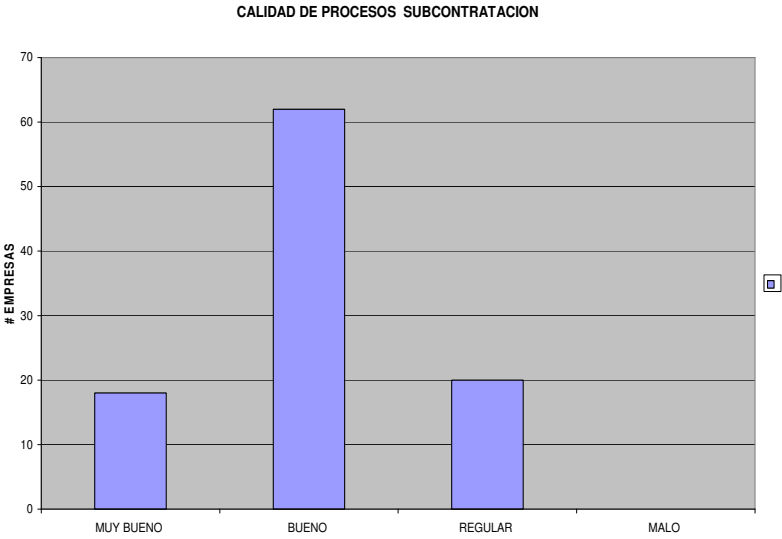
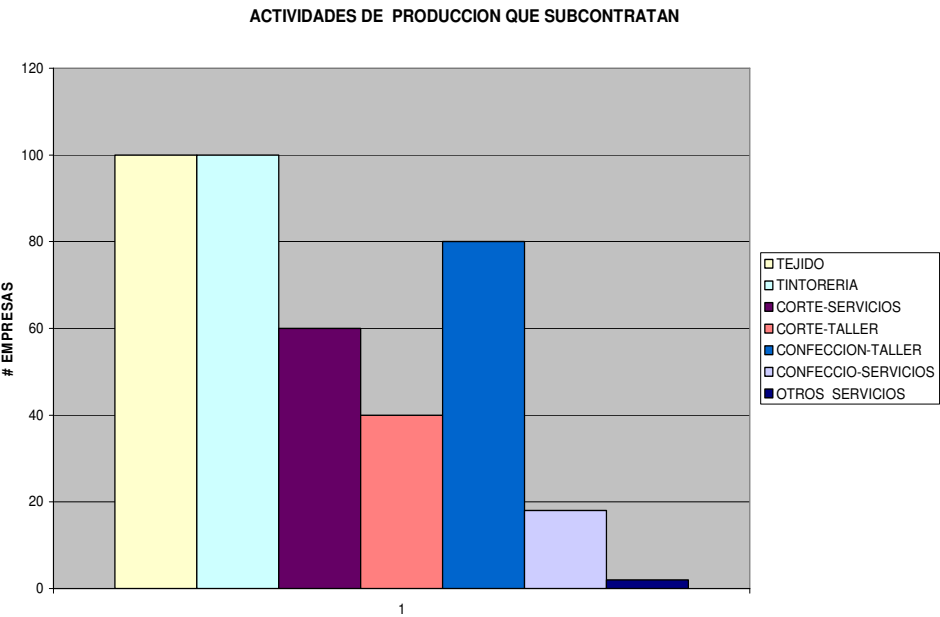


GRAFICO 44

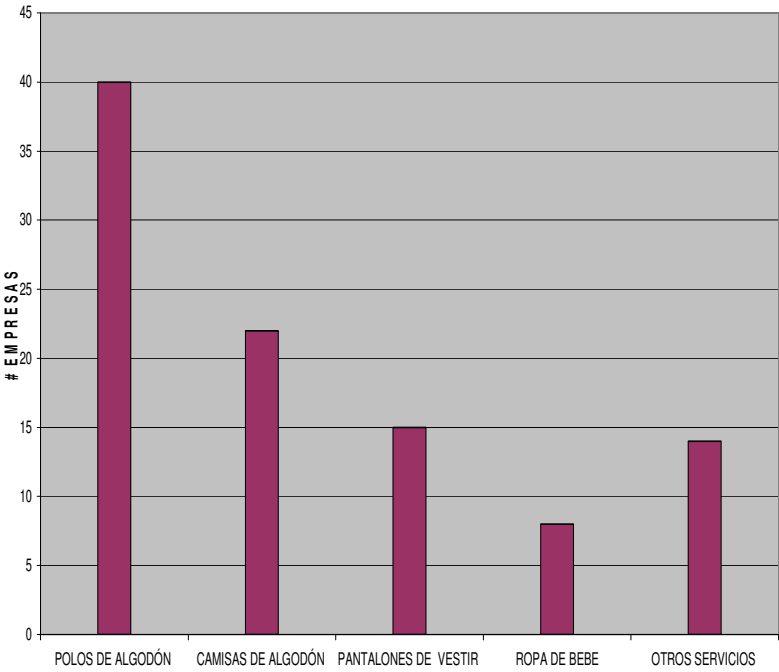


FUENTE ELABORACION PROPIA



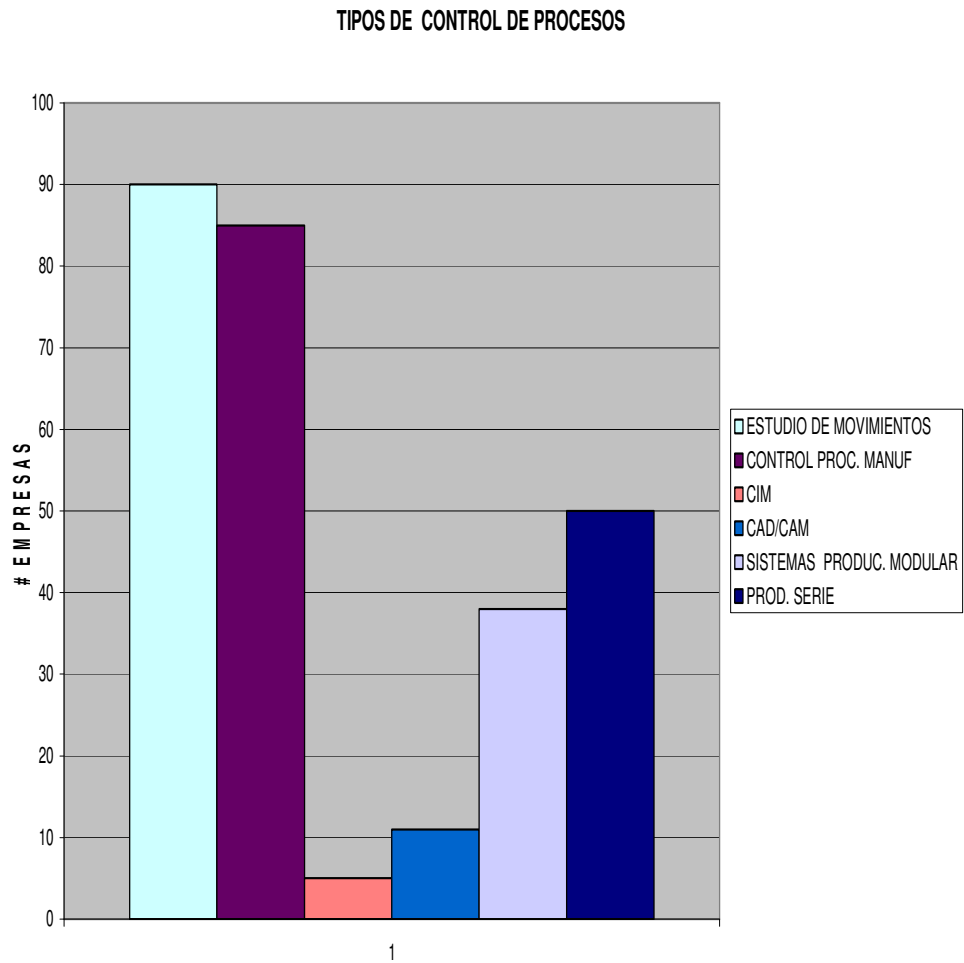
**GRAFICO # 45**

TIPOS DE PRENDAS SUBCONTRATADAS



FUENTE ELABORACION PROPIAS – ENCUESTAS

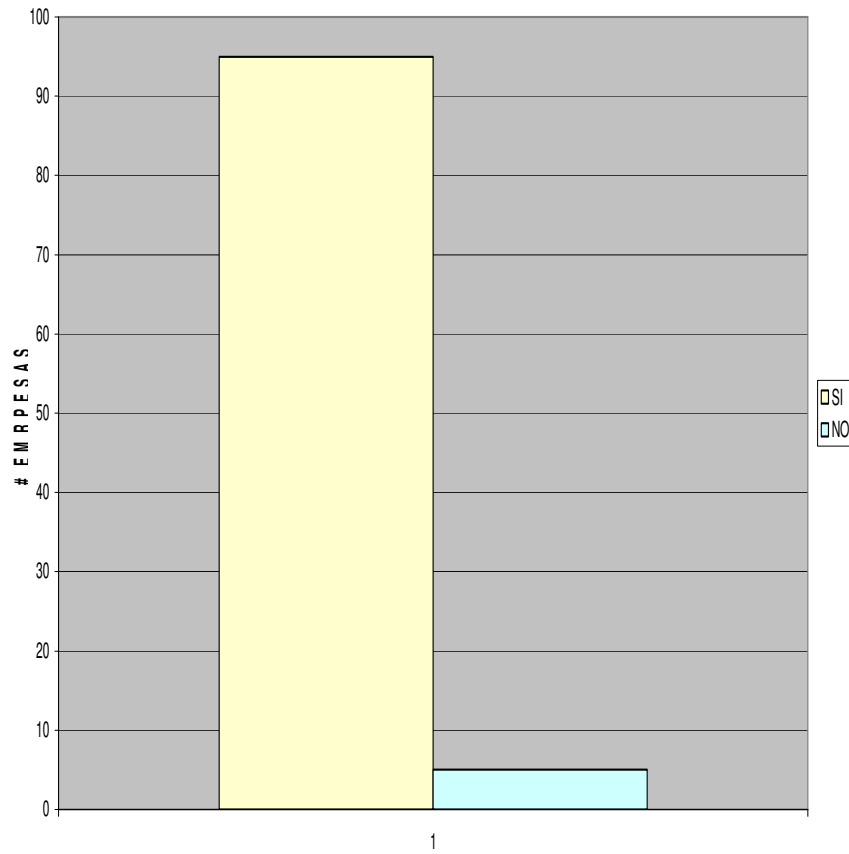
GRAFICO 46



FUENTE ELABORACION PROPIA – ENCUESTAS

**GRAFICO 47**

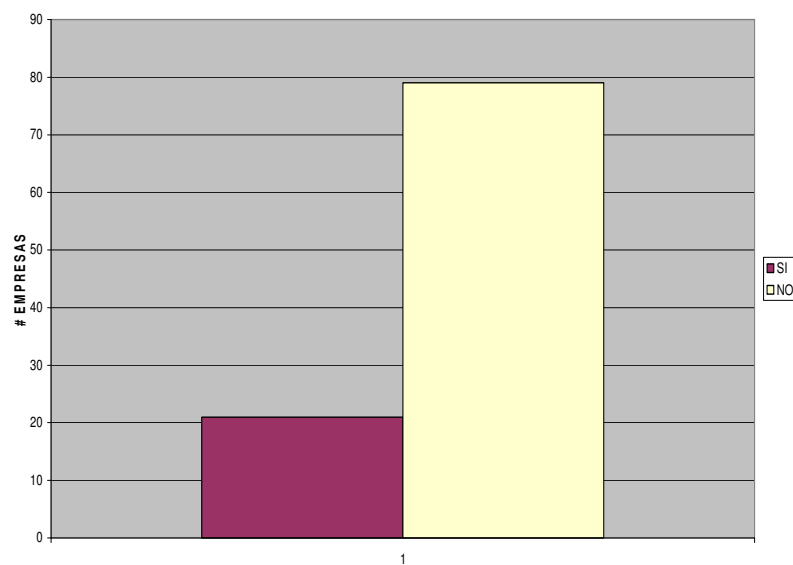
CONOCIMIENTO BENEFICIOS ERGONOMICOS



FUENTE ELABORACION PROPIA / ENCUESTA EMPRESARIAL

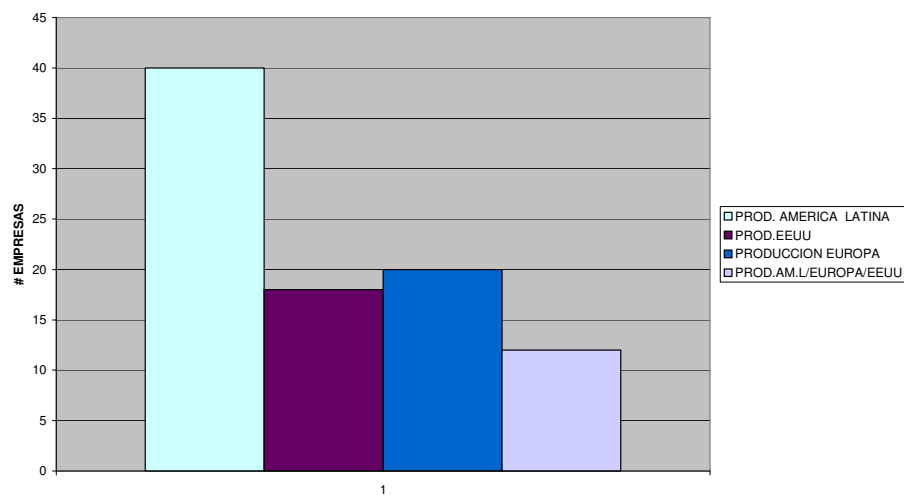
## GRAFICO # 48

PROGRAMAS DE CAPACITACION ISO 900: 2000



## GRAFICO 49

COMERCIO EXTERIOR EMPRESAS SUBCONTRATADAS



FUENTE ENCUESTAS EMPRESARIALES /ELABORACION PROPIA

## **6.2. COSTOS DE INTEGRACION DE REDES**

En la presente investigación se han analizado un conjunto de PYMES integradas mediante mecanismos de subcontratación o cluster de especialización flexible, actualmente las condiciones socioeconómicas, la cultura y las relaciones comunales determinan que las pequeñas empresas se agrupen en una actitud cooperante para actuar en el mercado como es el presente caso de investigación. Es necesario distinguir que la modalidad de producción flexible presenta en general dos niveles de desarrollo. El nivel más desarrollado es aquel que alcanza a actuar competitivamente en el mercado logrando una reproducción ampliada, es decir capacidad de acumulación. Por eso puede llamársele producción flexible ofensiva. En cambio el nivel menos desarrollado, es el que está delimitado por una producción flexible defensiva; su característica principal es ser básicamente grupos empresariales de sobrevivencia, cuya dinámica no sobrepasa la reproducción simple. Por este hecho no llegan a alcanzar un nivel suficiente de acumulación; sus índices de productividad y producción son bajos.

En relación a la dinámica de los grupos empresariales, es importante señalar la fuerza que los impulsa. Estos grupos, han adoptado la producción flexible con el fin de aplicar los principios de flujo a una gama amplia de productos, sin generar inventarios y desperdicios. Para lograr ese objetivo requirieron minimizar el tiempo de ajuste de máquinas y del proceso; cuando se cambia de un producto a otro, ello le exige introducir una nueva división del trabajo; así como asignar nuevas calificaciones a la gerencia y a los trabajadores incidiendo en los costos de Operatividad de la Planta

El desarrollo de la modalidad de la producción flexible tiene sus etapas; pueden distinguirse dos que son bien marcadas. El de la producción flexible inicial y el de la producción flexible especializada. La primera es la fase en que recién se agrupan las empresas, para iniciar en las nuevas experiencias de cooperación orgánica pero sin ninguna especialización, ni división del trabajo flexible.

La Producción Especializada constituye el momento en que el grupo ha definido su campo de operación, con un alto grado de productividad y calidad dentro del **plan de cooperación operativa**; que es parte de la presente investigación.

En cambio en la producción flexible colectiva es muy lenta debido a que no existe especialización previa

El grupo empresarial flexible y dentro de cada empresa cooperante se caracteriza por asumir una nueva división del trabajo, creando una inteligencia colectiva; concordante con un código moral solidario que conduzca a un proyecto de propuestas conjuntas. Su dirección es hacia la innovación abierta y permanente a la organización cooperante y a la división flexible del trabajo continua, porque actúa flexible y cooperante todos los días en espiral ,porque de la acción conjunta se extrae un avance hacia el desarrollo .

El control de la estructura de costos y precios resulta siempre una prioridad de la PYME A, ya que esta es una condición para el acceso a nuevos mercados altamente competitivos muchas empresas vienen supliendo la contratación directa de trabajadores a fin de no asumir los costos laborales. Los efectos del costo en el nivel de competitividad de la PYME plantean dos indicadores relacionados con la eficiencia y la productividad de la empresa:

1.- La necesidad de contar con mano calificada y experimentada para garantizar la calidad y una mayor productividad de las empresas.

2.- Si no se invierte en renovar la tecnología hacia una tecnología de punta no se lograrán los objetivos propuestos de Calidad y cumplimiento de entrega.

El incremento de la productividad de la PYME será posible no solo tomando como variable de ajuste la reducción del costo de la mano de obra, sino usando tecnología de punta, lo que implica elevar los niveles de inversión de las PYMES.

Las dificultades que se suman en desfavor de las PYMES de acuerdo al estudio de la presente investigación

- Sobrecostos laborales , según percepción de los empresarios debería favorecer al trabajador
- La Ineficiencia y baja productividad es un problema de ingeniería y tecnología no hay capacidad suficiente para la renovación en maquinaria y equipo. Por otro lado, la capacitación y asistencia técnica ofertada por las instituciones promotoras se ha concentrado fundamentalmente a los t-shirts. A esto se suma las limitaciones de la oferta de capacitación en el mercado para instruir personal de alta calificación.
- Algunos insumos tienen que ser importados porque los producidos localmente no cuentan con la calidad adecuada para mercados exigentes y de exportación, lo que implica una desventaja frente a otros países.
- La existencia de altas cargas tributarias a los activos fijos y a las utilidades limita la capitalización y por ende la inversión para la renovación de tecnología

## CONCLUSIONES

En este informe de Investigación se han examinado los principales cambios registrados en la esfera económica durante el decenio de 1990, analizando:

- La evolución de la industria textil y de confecciones
- Se ha evaluado el desarrollo empresarial mediante el estudio de una serie de casos de pequeños empresarios exportadores , así como su participación en formas de trabajo como es la Subcontratación mediante la modalidad de Talleres externos contratados por la mediana o gran empresa exportadora de confecciones
- El empleo es de baja calidad en términos de nivel de salarios y condiciones de trabajo.
- Las Empresas participantes de la presente investigación acumulan experiencia satisfactoria para el gran desafío que significa la oportunidad de exportación y el diseño de nuevos productos y servicios que ofertar en el futuro.
- El sector textil y confecciones ha mostrado indicadores positivos de desempeño en los últimos años , producción , de inversión , y en el incremento de las ventas; principalmente de las exportaciones . La dinámica exportadora ha tenido como soporte a la gran empresa participando con casi el 90 % de las exportaciones del sector. sin embargo considerando las limitaciones las PYMES han logrado un gran desempeño optimo en el mercado externo , en especial en el subsector textil .



Los factores que han potenciado el desempeño de las PYMES en el mercado externo se puede enumerar de la siguiente manera:

- Entorno de estabilidad en el País
- Facilidades de acceso al mercado Americano y Europeo
- La cercanía de los mercados
- Alta calidad de la materia prima

Los factores positivos asociados al desempeño de las PYMES:

- Know –how acumulado por la experiencia de Subcontratación
- La renovación de la Tecnología adquirida en el proceso de Subcontratación debido a los diversos procesos y productos obtenidos en esta experiencia
- La mejora de la mano de obra
- La maduración y profesionalismo de los empresarios entrevistados en este proceso de subcontratación.

## RECOMENDACIONES

En un contexto de apertura de la economía; y de competencia Internacional, el nuevo enfoque de política industrial en el País deberá ser apoyado por la generación de un ambiente positivo para la cooperación Inter.-firma con la promoción de condiciones empresariales y de innovación en el desarrollo de capacidades humanas. Las Políticas de Apoyo deberán constar de instrumentos novedosos y eficaces en casi todos los departamentos y regiones del País , incidiendo en brindar a las PYMES políticas de apoyo financiero, de innovación industrial y generar las condiciones que promuevan el ajuste industrial para sostener eficientemente el proceso de integración para ayudar al proceso de apertura del mercado interno a la competencia global .

### **LAS POLÍTICAS DEBERAN PROPONER:**

- Un proceso de apertura con una clara estrategia industrial para favorecer la dinámica del mercado y la reorganización industrial de las PYMES.; y de esta forma acelerar el transito hacia la competitividad efectiva
- La política deberá estar basada en la convergencia de los Sistemas Nacionales de Innovación ,redes de Investigación , el apoyo a la capacitación y a la asistencia técnica y de información de mercado

- El apoyo de las autoridades nacionales y locales para crear redes de empresas a nivel local y transnacional de potenciales innovadores que puedan transformarse en conductores del crecimiento.
- La existencia de distritos industriales en el País posibilita buscar el interés principal de identificar las formas de trabajo de estos , sino hasta que punto es posible favorecer la aglomeración de una red de innovadores , e identificar métodos de intervención pública que puedan crear relaciones productivas a nivel local y regional .
- Crear nuevas relaciones de producción entre líderes industriales que son parte de sistemas locales de producción, de modo que algunos distritos sean más innovativos y promuevan un proceso de integración entre ellos.
- El establecimiento de Centros de Servicios dirigidos a la mejora de la Producción ,que puedan servir para modificar las relaciones ya existentes y estos centros deberán estar conectados con laboratorios nacionales de investigación, Universidades locales , o medios privados , reconocidos como líderes tecnológicos . La meta es la aceleración de los procesos de innovación
- Es importante una estrategia industrial orientada al desarrollo de las PYMES desempeñando un papel crucial , no solo para preservar el empleo , sino que es muy importante para el éxito de los acuerdos regionales de comercio y para garantizar la dinámica del mercado

De acuerdo a la propuesta de aplicación de **Competitividad Sistémica Sectorial**, es importante señalar: Las principales áreas que se deberán señalar es una política que considere.

- El progreso técnico, la inserción internacional, el proceso de ahorro e inversión, los mercados de trabajo, y la participación ciudadana.
- La Inserción Internacional por la vía de las exportaciones dinámicas de creciente complejidad ; es la contra parte de la transformación productiva ,esta parece ser la manera mas eficaz de hacer crecer el empleo
- En particular cabe esperar que las exportaciones nuevas incorporen cada vez más valor agregado.
- Desarrollar activamente asociaciones de Respuesta Rápida con compradores.
- Desarrollar un flujo de abastecimiento extremadamente eficiente y consistente ya sea mediante la creación de alianzas con los compradores y abastecedores.
- Aumentar la Flexibilidad en la Producción
- Invertir en mejorar la Capacidad de Fabricación de Tejidos y Acabados.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- 1.- CONSTRUYENDO LAS VENTAS COMPETITIVAS DEL PERU – EL SECTOR CONFECCIONES –PROMPERU JULIO 1995 PAG. 7,...10
- 2.-ROBERT PLANT INDUSTRIAS EN DIFICULTADES -CAMBIOS ESTRUCTURALES Y SUS CONSECUENCIAS PARA EL EMPLEO - OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO PAG 43 y SS .
- 3.- DESEMPEÑO DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EXPORTADORA DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES MARCO ASPILCUETA PAG. 29, 30,31,32,33. PUBLICADO POR EL DPTO DE EMPLEO Y FORMACIÓN, GINEBRA –EQUIPO TÉCNICO MULTIDISCIPLINARIO PAISES ANDINOS, LIMA
- 4.-ESCENARIOS DE INTEGRACIÓN ECONOMICA –ALAN FAIRLIE (EDITOR), EDITADO POR FRIEDRICH EBERT STIFTUNG SERIE CUESTION PERU 2000-PAG. 31,...35
- 5.- EL PROBLEMA DEL EMPLEO EN EL PERU CONFIEP –USAID PROYECTO PAPI DE SHANE HUNT PAG.7 ...11
- 6.- GLOBALIZACIÓN , LA PYME Y MECANISMOS DE ARTICULACIÓN EMPRESARIAL CINSEYT –KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG PAG. 40. EDITADO EL 2001 .
- 7.-PRODUCCION Y COOPERACIÓN -ESPECIALIZACION FLEXIBLE NUEVAS FORMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN 40 , 41...45- EDITADO EL AÑO 2000 .

8.- MUNDIALIZACIÓN DE LAS INDUSTRIAS TEXTILES, CALZADOS Y EL VESTIDO  
–OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO –GINEBRA –PROGRAMA DE  
ACTIVIDADES SECTORIALES 1996.

9.- APERTURA ECONOMICA Y EMPLEO –EDITORES PHILIPPE EGGER,  
NORBERTO E. GARCIA 2001 OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO –  
GENERACION D E EMPLEO Y EVOLUCION DE LOS INGRESOS Y  
PRODUCTIVIDAD EN EL PERU 1990-1998. PAG. 164,...187

10.-LOS CUATRO TIGRES DE ASIA –GUIA DE OPORTUNIDADES COMERCIALES  
PARA PERU EN TAIWÁN , COREA DEL SUR, HONG KONG Y SINGAPUR –KONRAD  
ADENAUER-STIFTUNG PAG 57,...63 AÑO DE PUBLICACION 2000

11.- PERU SECTOR INFORMAL FRENTE AL RETO DE LA MODERNIZACION  
OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO PUBLICADO 2001 PAG. 9, AL 15  
AUTORES ELIANA CHAVEZ OBRIEN , RICARDO DE LA FLOR ,  
SANDRO FUENTES ACURIO

12.- REVISTAS DE INFORMACIÓN ECONOMICA DE SOCIEDAD NACIONAL  
DE INDUSTRIAS DE LOS AÑOS 2000, 2001,2002, 2003,2004.

13.- INFORMACIÓN DE LA WEB DE INEI, ADUANAS, BCR,IPAE , PRODUCE  
MINAG,

14.- REVISTAS DEL SECTOR TEXTIL DE ADEX 2001,2002, 2003 ,2004

15.-AVELLA CAMARERO, LUCÍA (1999). FOCAL POINTS IN MANUFACTURING STRATEGIC PLANNING IN SPAIN. COMPARISON WITH AMERICAN AND OTHER EUROPEAN MANUFACTURERS. INTERNATIONAL JOURNAL OF OPERATIONS & PRODUCTION MANAGEMENT, VOL 19 NO.12, PP. 1202-1317.

16.-AVELLA CAMARERO, LUCÍA; FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, E. & VÁZQUEZ ORDÁS, C.J. (1999A). THE LARGE SPANISH INDUSTRIAL COMPANY: STRATEGIES OF THE MOST COMPETITIVE FACTORIES. OMEGA INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE, NO. 27, PP. 497-514.

17.-AVELLA CAMARERO, LUCÍA; FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, E. & VÁZQUEZ ORDÁS, C. J. (1999B). ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE FABRICACIÓN COMO FACTOR EXPLICATIVO DE LA COMPETITIVIDAD DE LA GRAN EMPRESA INDUSTRIAL ESPAÑOLA. CUADERNOS DE ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA, NO. 4, JULIO-DICIEMBRE, PP. 235-258.

18.-BUFFA, E.S. (1984). MEETING THE COMPETITIVE CHALLENGE. HOMEWOOD, ILLINOIS: IRWIN.

19.-CARRASCO, J. (2000). EVOLUCIÓN DE LOS ENFOQUES Y CONCEPTOS DE LA LOGÍSTICA. SU IMPACTO EN LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES. ECONOMÍA INDUSTRIAL, NO. 331, PP. 17-34.

- 20.-CASTÁN FARRERO, J.M., CABAÑERO PISA, CARLOS & NÚÑEZ CARBALLOSA, ANA. (1999). LA LOGÍSTICA EN LA EMPRESA. MADRID: PIRÁMIDE.
- 21.-CHASE, R.B. & AQUILANO, N.J. (1995). DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y DE LAS OPERACIONES. MADRID: MCGRAW HILL - IRWIN.
- 22.CHASE, R.B., AQUILANO, N.J. & JACOBS, F.R. (2000). ADMINISTRACIÓN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES. MANUFACTURA Y SERVICIOS, 8<sup>VA</sup> EDICIÓN. SANTA FE DE BOGOTÁ: MCGRAW-HILL.
- 23.-DE MEYER, A. & WITTENBERG-COX, A. (1994). NUEVO ENFOQUE DE LA FUNCIÓN DE PRODUCCIÓN BARCELONA
- 24.-DE MEYER, A. (1992). AN EMPIRICAL INVESTIGATION OF MANUFACTURING STRATEGIES IN EUROPEAN INDUSTRY. EN C.A. VOSS (ED.), MANUFACTURING STRATEGY: PROCESS AND CONTENT. LONDRES: CHAPMAN & HALL.
- 25.-IBARRA MIRÓN, S. (2003). MODELO CONCEPTUAL Y PROCEDIMIENTOS PARA EL ANÁLISIS Y LA PROYECCIÓN COMPETITIVA DE UNIDADES ESTRATÉGICAS DE FABRICACIÓN (UEF) EN EMPRESAS MANUFACTURERAS CUBANAS. TESIS DOCTORAL, 250 P. UNIVERSIDAD CENTRAL DE LAS VILLAS: BIBLIOTECA CENTRAL.



# **ANEXOS**

## MODELO DE ENCUESTA DE DESARROLLO EMPRESARIAL PARA PEQUEÑAS EMPRESAS.

Señor Empresario la información que a continuación nos brinde, permitirá poder realizar los análisis pertinentes para la investigación DESARROLLO DE LAS PYMES EN EL MERCADO EXPORTADOR – SECTOR CONFECCIONES DESARROLLO DE LAS PYMES

es estrictamente de uso confidencial y estará a disposición cuando Ud. lo requiera

NOMBRE DE LA EMPRESA

.....

Nombre del Empresario(a).....

Rama Productiva .....

Tipo de Actividad:

Producción ☐

Servicio ☐

## I DATOS INSTITUCIONALES

En su Taller hay alguien responsable de cumplir con las siguientes funciones:

De producción .....

De Comercialización .....

## Gestión de Crédito

Administración .....

1.2 E n su proceso productivo de su Taller, señale en orden de importancia para Ud. , el desarrollo de las siguientes actividades (siendo 1 la más importante y 4 la menos importante)

## ACTIVIDADES

## IMPORTANCIA

## Comercialización

7

## Producción

7

## Administración

7

## Financiamiento

7

1.3 Señale Ud. con que Instituciones se relacionan actualmente su Taller:

a) Municipio

b) Gremios      cuales .....

c). ONG .....

d) Universidad .....

## II.-AREA TECNICO PRODUCTIVA

### Organización Del Taller

Explique cuales son los criterios que se ha basado para ubicar su taller, distribuir sus áreas, maquinarias, recurso humano y sus equipos.

.....  
.....

Como considera la Calidad de sus Productos

Muy Buena ☐ Buena ☐ Regular ☐ Mala ☐

Como considera la Calidad de sus Procesos

Muy Buena ☐ Buena ☐ Regular ☐ Mala ☐

B) Como desarrolla sus actividades de Producción:

ACTIVIDAD	EN TALLER	SERVICIOS	# TRABAJ .POR AREA
TEJIDO			
TINTORERIA			
LOGISTICA			
TIZADO			
CORTE			
HABILITADO			
CONFECCION			
CONTROL DE CALIDAD			
ACABADOS			
EMPAQUE			

C) Que tipo de Servicios emplea con frecuencia

ACTIVIDAD	SERVICIOS (%)
OJAL	
BOTON	
ESTAMPADOS	
PETINADO	
CERRADO	
OJAL CHANCHO	
SUBCONTRATA	

D) QUE TIPOS DE PRENDAS PRODUCE -Cual Es la especialidad de su Taller?

PRODUCTOS	ESPECIFIQUE (%)

e) Dentro de las actividades Productivas que se realizan para el control de los Procesos se utiliza –Sírvase Marcar

Estudio de métodos y Movimiento

☐

Control de Proceso de Manufactura

☐

CIM

☐

CAD/CAD

☐

Sistemas de Producción Modular

Producción en Serie

☐

### III.-ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION

Cual es la Capacidad real de su Taller;

LA CAPACIDAD ES. Unidades /mes

b) Cual es la Producción mensual en su taller

LA PRODUCCION ES. Unidades /mes

c) Explique como efectúa la Programación de la Producción

.....  
.....

IV.-Conoce Ud los beneficios que puede brindar la Ergonomía a la mejora de su productividad

Si ☐ NO ☐

b) La Empresa cuenta con aspiradores de succión de aire

SI ☐ NO ☐

c) La altura de las mesas de corte, tizado y tendido esta a la altura del codo del operario

SI ☐ NO ☐

d) La empresa cuenta con Programas de Capacitación en Implementación de ISO 9001:200

SI ☐ NO ☐

e) El personal que labora en el área de Producción cuenta con Equipos de Seguridad

SI ☐ NO ☐

f) Se realizan evaluaciones médicas

SI ☐ NO ☐

## COMERCIO EXTERIOR

g) EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS UD HA INGRESADO A COMERCIALIZAR SU PRODUCCIÓN AL MERCADO DE AMÉRICA LATINA

SI ☐ NO ☐ PAIS.....

h) QUE TIPO DE PRENDAS HA EXPORTADO AL MERCADO DE AMÉRICA LATINA

1-TEJIDO PLANO

2.-TEJIDO PUNTO

3.-TEJIDO CRUDO

4.-POLOS

5.-CAMISAS

6.-PANTALONES

7-SWEATER

8.-GAMUZA

UD. HA EXPORTADO AL MERCADO NORTEAMERICANO

SI ☐ NO ☐

CUANTOS AÑOS UD PARTICIPA COMO SUBCONTRATADO EN E L SECTOR

A) 1-5 ☐

B)6-10 ☐

C) 11-20 ☐

## V.-SEGURIDAD

En las instalaciones de la planta existen condiciones de seguridad e instrumentos como

- Extintores

☐

Protección de vías respiratorias

☐

- Cascos

☐

- Tapones

☐

Prog. De Evacuación

☐

## VI.-DATOS PERSONALES

a)NOMBRE

Y

APELLIDOS

.....

b) GRADO DE INSTRUCCIÓN

PRIMARIA

☐

SECUNDARIA

☐

TÉCNICO

☐

SUPERIOR

☐

C) SEXO: FEMENINO

☐

MASCULINO

☐

D) EDAD.....

25-30

☐

31- 40

☐

41-50

☐

51-60

☐

61-70

☐

Muchas Gracias Señor Empresario

“Elaborado por TERESA MIRANDA HERRERA”





**RANKING PRINCIPALES EXPORTADORES DE CONFECCIONES**

EMPRESAS	2002	%		%		CONCENTRACIÓN CATEGORÍA -		
		CRECIMIENTO		PARTICIPACION		%		
	MILL US\$	2001	1994	2002	1994	PRENDAS PTO	PRENDA PLANA	OTRA
<b>CONFECCIONES TEXTIMAX S.A</b>	<b>48,6</b>	<b>17,0</b>	<b>105,6</b>	<b>9,2</b>	<b>5,4</b>	<b>90,7</b>	<b>9,3</b>	<b>0,0</b>
<b>DISEÑO Y COLO S.A.</b>	<b>39,5</b>	<b>17,0</b>	<b>52,9</b>	<b>7,4</b>	<b>6,1</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>TEXTIL SAN CRISTÓBAL</b>	<b>38,9</b>	<b>-3,1</b>	<b>37,9</b>	<b>7,3</b>	<b>8,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>TOPY TOP S.A</b>	<b>36,7</b>	<b>48,7</b>	<b>101,7</b>	<b>6,9</b>	<b>2,7</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>IDUSTRIAS NETTALCO S.A</b>	<b>34,4</b>	<b>3,6</b>	<b>23,2</b>	<b>6,5</b>	<b>8,3</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>TEXTIL DEL VALLE S.A.</b>	<b>27,0</b>	<b>22,7</b>	<b>38,3</b>	<b>5,1</b>	<b>5,5</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>COTTON KNIT S.A.C</b>	<b>19,5</b>	<b>8,8</b>	<b>79,9</b>	<b>3,7</b>	<b>3,2</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>COORPORACION TEXPOP S.A.</b>	<b>17,5</b>	<b>5,4</b>	<b>-----</b>	<b>3,3</b>	<b>1,7</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>

<b>COMP. FABRIL DE CONFECCIONES S.A</b>	<b>14,2</b>	<b>-31,9</b>	<b>41,9</b>	<b>2,7</b>	<b>5,2</b>	<b>100,0</b>	<b>00</b>	<b>0,0</b>
<b>PERU FASHIONS S.A.C</b>	<b>10,6</b>	<b>-13,6</b>	<b>48,,3</b>	<b>2,0</b>	<b>1,9</b>	<b>100,0</b>	<b>0,</b>	<b>0,0</b>
<b>TEXFINA S.A.</b>	<b>9,9</b>	<b>-13,2</b>	<b>-----</b>	<b>1,9</b>	<b>0,6</b>	<b>99,6</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>INCALPA TEXTILES</b>	<b>9,6</b>	<b>-10,2</b>	<b>104,5</b>	<b>1,8</b>	<b>1,4</b>	<b>70,3</b>	<b>17,9</b>	<b>11,9</b>
<b>TEXTILES SAN SEBASTIÁN SAC</b>	<b>9,3</b>	<b>30,4</b>	<b>104,8</b>	<b>1,7</b>	<b>0,7</b>	<b>99,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,0</b>
<b>INDUSFULL COTTON</b>	<b>8,9</b>	<b>-44,5</b>	<b>--</b>	<b>1,7</b>	<b>1,6</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>COPERTEX S.A.</b>	<b>8,6</b>	<b>-24,5</b>	<b>-----</b>	<b>1,6</b>	<b>2,4</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>AVENTURA SAC.</b>	<b>7,8</b>	<b>2,5</b>	<b>-----</b>	<b>1,5</b>	<b>0,8</b>	<b>99,2</b>	<b>0,8</b>	<b>0,0</b>
<b>TEXTIL LA MAR SAC</b>	<b>7,8</b>	<b>121,9</b>	<b>-----</b>	<b>1,5</b>	<b>0,3</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>DEVANLAY PERU S.A.C</b>	<b>7,1</b>	<b>289,5</b>	<b>-----</b>	<b>1,3</b>	<b>0,2</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>CIA IND. CREDISA</b>	<b>7,1</b>	<b>-36,1</b>	<b>-----</b>	<b>1,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>
<b>SEVILLEJO S.A.</b>	<b>6,3</b>	<b>14,5</b>	<b>-----</b>	<b>1,2</b>	<b>0,4</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>FRANKY Y RICKY</b>	<b>6,3</b>	<b>-16,9</b>	<b>-----</b>	<b>1,2</b>	<b>1,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>I.TEXTPACIFICOS.A</b>	<b>5.8</b>	<b>-32,9</b>	<b>-----</b>	<b>1,1</b>	<b>0,8</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>

<b>HILAND ALGODPERUANO</b>	<b>5,4</b>	<b>69,7</b>	<b>-----</b>	<b>1,0</b>	<b>0,3</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>ALL COTTON S.A</b>	<b>45</b>	<b>52,5</b>	<b>-----</b>	<b>0,8</b>	<b>0,4</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>INTITOP S.A.</b>	<b>4,2</b>	<b>35,4</b>	<b>-----</b>	<b>0,8</b>	<b>0,2</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>COTTON LINK S.A</b>	<b>4,2</b>	<b>51,5</b>	<b>-----</b>	<b>0,8</b>	<b>0,2</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>DEAFRANI S.A. C</b>	<b>4,0</b>	<b>-6,5</b>	<b>-----</b>	<b>0,8</b>	<b>0,5</b>	<b>94,9</b>	<b>5,0</b>	<b>0,0</b>
<b>COORPORACION TAYSSIR S.A.</b>	<b>3,2</b>	<b>65,0</b>	<b>-----</b>	<b>0,6</b>	<b>0,1</b>	<b>10,1</b>	<b>89,9</b>	<b>0,0</b>
<b>RESTO</b>	<b>123,7</b>	<b>1,1</b>	<b>-2,1</b>	<b>23,3</b>	<b>39,5</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>530,6</b>	<b>4,8</b>	<b>14,2</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>91,9</b>	<b>7,0</b>	<b>1,0</b>

### **FUENTE PRODUCE**

*LAS PRINCIPALES DIEZ EXPORTADORAS DEL SECTOR EXPORTAN MAS DE US\$ 10 MILLONES Y PARTICIPAN CON MAS DEL 54 % DEL TOTAL.*